

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

Рабочая программа дисциплины

Организация работы редакции: газеты, радио, телевидения

<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
2026

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
Профессиональные	-	ПК-6
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-6	Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-6.1. Имеет представление об особенностях взаимодействия СМИ с социальными сетями. ПК-6.2. Владеет навыками продвижения СМИ в различных социальных сетях и других каналах коммуникации ПК-6.3. Владеет навыками взаимодействия с пресс-службами государственных органов и общественных организаций.
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 и критериев оценки 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 индикатора	ПК-5		
	- знать основные этапы производственного процесса по созданию медиатекста.	- создавать медиатексты с применением современных редакционных технологий	- навыками применения цифровых технологий в работе над журналистским текстом.
Код индикатора	ПК-6		
	об особенностях взаимодействия СМИ с социальными сетями.	- заниматься продвижением СМИ в различных социальных сетях и других каналах коммуникации	- навыками взаимодействия с пресс-службами государственных органов и общественных организаций.
Код индикатора	ПК-7		
	приоритет общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми в работе над журналистским текстом.	- осознавать профессию журналиста как деятельность повышенной социальной ответственности; - общепринятые нормы морали и стандарты взаимоотношений и применяет их в создании журналистского текста.	- навыками профессии журналиста как деятельностью повышенной социальной ответственности.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана образовательной программы. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Продюсирование цифрового контента», «Методика получения и проверки информации (фактчекинг)», «Журналистика социальная», «Профессионально-творческая практика», «Преддипломная практика».

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

Виды учебной работы	Формы обучения			
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Заочная с применением ДОТ
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	5/180	5/180	5/180	5/180
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	18	16	4	2
Занятия семинарского типа	36	16	8	4
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15	0,15	4	4
Самостоятельная работа (СРС)	125,85	147,85	164	170

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)						Самос тоятел ьная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабо рато рные раб.	Иные занятия	
1.	Производственный процесс создания медиапродукта	2			4			12
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации	2			4			16
3.	Творческая студия «Печатные СМИ»	2			4			20
4.	Творческая студия на радио	4			6			18
5.	Главные этапы развития, особенности жанров	2			4			16

	телевизионной журналистики							
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции	2			4			16
7.	Информационное агентство	2			6			16
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции	2			4			11,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	18			36			125,85

6.1.1 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос тоятел ьная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Сем и нары	Лабо рато рные раб.	Иные заняти я	
1.	Производственный процесс создания медиапродукта	2			2			18
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации	2			2			18
3.	Творческая студия «Печатные СМИ»	2			2			20
4.	Творческая студия на радио	2			2			20
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики	2			2			18
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции	2			2			18
7.	Информационное агентство	2			2			18
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции	2			2			17,85

	Промежуточная аттестация	0,15					
	Итого	16			16		147,85

6.1.2 Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)					
		Контактная работа					
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа			
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия
1.	Производственный процесс создания медиапродукт				1		
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации				1		
3.	Творческая студия «Печатные СМИ»				1		
4.	Творческая студия на радио	2			1		
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики				1		
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции				1		
7.	Информационное агентство	2			1		
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции				1		
	Промежуточная аттестация	4					
	Итого	4			8		164

6.1.3 Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)		
		Контактная работа		Самос тоятел ьная
		Занятия лекционного	Занятия семинарского типа	

		типа						работа
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Производственный процесс создания медиапродукт	1						20
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации							20
3.	Творческая студия «Печатные СМИ»	1			1			22
4.	Творческая студия на радио				1			22
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики				1			21
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции				1			21
7.	Информационное агентство							20
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции							24
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	2			4			170

6.1 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Производственный процесс создания медиапродукта.	Видовые признаки информационного сообщения; особенности текста, воспринимаемого на слух; формула аудио-восприятия текста; стилевые требования к «звучащей» информации; свойства текста: оригинальность, релевантность и декодируемость. Принцип перевернутой пирамиды; хедлайн, лид, корпус сообщения; их соотношение в тексте; возможные ошибки в информационном сообщении; структурная схема дискурса новостей.

		Как спланировать информационный день мультимедийной редакции. Планирование мультимедийного сюжета.
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации.	Главные методы сбора информации: беседы, участие в событии или наблюдение за ним, выявление документов, печатных текстов, аналитическая работа над ними, использование современных документов и фактов, изучение архивных документов, постановка опыта, эксперимент. Создание журналистского медиапродукта.
3.	Творческая студия «Печатные СМИ».	История «печатных СМИ». Процесс создания медиапродукта. Шаблон-макет — файл издательской программы, включающей в себя основные элементы оформления газеты: шаблоны типовых страниц, шапку газеты, информационные полосы и колонки, текстовые и графические стили. Полоса — страница издания, на которой размещаются элементы шаблона, текстовые и графические элементы. Стиль графический — совокупность параметров оформления фрейма. Фрейм — графический объект, в который может быть помещен текст или графический объект.
4.	Творческая студия на радио.	Возникновение радио. Научные предпосылки создания радио. Технология развития радио в 20-30 -е годы. Технология создания радиопродукта во время ВОВ, технология создания продукта 50-60-е годы. Технология создания продукта в 70-80-е годы. Современное состояние радио. Радио и Интернет. Процесс создания радиийного медиапродукта.
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики.	Телевидение периода 80-90гг. с точки зрения технологического развития. Телевидение нового времени и переход на цифровые технологии. Формы телевидения и их воздействие на слушателя. Изображение как главное выразительное средство ТВ. Элементы изображения (кадр, план, ракурс, композиция кадра). Монтаж – основополагающее средство организации экранного материала. Виды монтажа. Специфика телеизображения. Новые формы и изобразительные средства на современном телеэкране. Специфика работы журналиста в телестудии. Взаимодействие с творческой группой. Поведенческие аспекты работы в телестудии. Преодоление эфирного дискомфорта. Макияж, прическа, одежда телеведущего. Создание медиапродукта.
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета,	Зрелищная характеристика программы, механизмы воздействия на зрителей в зрелищно-публицистической структуре телепрограммы. Драматургия: внешняя и внутренняя.

	композиции.	Внешняя – монтаж, логика повествования, композиция. Внутренняя – слова, настроение, эмоции (автора, героя). Средства: Монтаж (отбор кадров и планов, их последовательность). Голос (тембр, темп, скорость). Слова (стилистика). Живая речь героев (эмоции, взволнованность, недосказанность, звуки-паразиты, паузы, молчание). Музыка (фон, самостоятельно рассказывающая, дополняющая. Шумы (документальность, эффект жизни). Мнение автора, персонификация поданной информации.
7.	Информационное агентство.	Ведущие российские и зарубежные информационные агентства. Подготовка перечня источников информации по заданному географическому ареалу.
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции.	Репортаж в газете, на телевидении и радио. Виды репортажа. Содержание репортажа, приоритеты (глубина проработки темы), формы предоставления информации: видео, инфографика (разнообразие в каждой из форм, например, видео может содержать: панораму места, где происходит событие; мнения главных действующих лиц; архивные кадры; подбор фрагментов на месте, чек-лист для заполнения). Работа аудитории на смоделированной преподавателем пресс-конференции по актуальной теме.

6.2.1. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	<i>Содержание практического занятия</i>
1.	Производственный процесс создания медиапродукта.	Видовые признаки информационного сообщения; особенности текста, воспринимаемого на слух; формула аудио-восприятия текста; стилевые требования к «звучащей» информации; свойства текста: оригинальность, релевантность и декодируемость. Принцип перевернутой пирамиды; хедлайн, лид, корпус сообщения; их соотношение в тексте; возможные ошибки в информационном сообщении; структурная схема дискурса новостей. Как спланировать информационный день мультимедийной редакции. Планирование мультимедийного сюжета (работа в группах).
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации.	Главные методы сбора информации: беседы, участие в событии или наблюдение за ним, выявление документов, печатных текстов, аналитическая работа над ними, использование современных документов и фактов, изучение архивных документов, постановка опыта, эксперимент. Создание журналистского медиапродукта. Студенты пишут на основе полученных пресс-релизов заметки на 1500-2000 знаков, самостоятельно проделав работу по уточнению

		фактов. Проанализировать в группе выбранное СМИ за 1-2 дня и составить выборку: на основании каких именно источников информации созданы в нем заметки/статьи/сюжеты. Ранжировать - какие источники встречаются чаще или реже. На примерах информации из форумов, блогов и условных сообщений в редакцию от читателей попытаться определить, какая информация является ложной, а какая - правдивой.
3.	Творческая студия «Печатные СМИ».	История «печатных СМИ». Процесс создания медиапродукта. Шаблон-макет — файл издательской программы, включающей в себя основные элементы оформления газеты: шаблоны типовых страниц, шапку газеты, информационные полосы и колонки, текстовые и графические стили. Полоса — страница издания, на которой размещаются элементы шаблона, текстовые и графические элементы. Стиль графический — совокупность параметров оформления фрейма. Фрейм — графический объект, в который может быть помещен текст или графический объект.
4.	Творческая студия на радио.	Возникновение радио. Научные предпосылки создания радио. Технология развития радио в 20-30 - е годы. Технология создания радиопродукта во время ВОВ, технология создания продукта 50-60-е годы. Технология создания продукта в 70-80-е годы. Современное состояние радио. Радио и Интернет. Процесс создания радиийного медиапродукта.
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики.	Телевидение периода 80-90гг. с точки зрения технологического развития. Телевидение нового времени и переход на цифровые технологии. Формы телевидения и их воздействие на слушателя. Изображение как главное выразительное средство ТВ. Элементы изображения (кадр, план, ракурс, композиция кадра). Монтаж – основополагающее средство организации экранного материала. Виды монтажа. Специфика телеизображения. Новые формы и изобразительные средства на современном телеэкране. Специфика работы журналиста в телестудии. Взаимодействие с творческой группой. Поведенческие аспекты работы в телестудии. Преодоление эфирного дискомфорта. Макияж, прическа, одежда телеведущего. Создание медиапродукта Студенты делятся на группы и анализируют по 1-2 телесюжета. Задачи: найти заведомо несущие несоответствующие истине данные; проанализировать, каких данных в сюжете не хватает ввиду скудности источников информации.

6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции.	Зрелищная характеристика программы, механизмы воздействия на зрителей в зрелищно-публицистической структуре телепрограммы. Драматургия: внешняя и внутренняя. Внешняя – монтаж, логика повествования, композиция. Внутренняя – слова, настроение, эмоции (автора, героя). Средства: Монтаж (отбор кадров и планов, их последовательность). Голос (тембр, темп, скорость). Слова (стилистика). Живая речь героев (эмоции, взволнованность, недосказанность, звуки-паразиты, паузы, молчание). Музыка (фон, самостоятельно рассказывающая, дополняющая. Шумы (документальность, эффект жизни). Мнение автора, персонификация поданной информации.
7.	7. Информационное агентство.	Ведущие российские и зарубежные информационные агентства. Подготовка перечня источников информации по заданному географическому ареалу.
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции.	Репортаж в газете, на телевидении и радио. Виды репортажа. Содержание репортажа, приоритеты (глубина проработки темы), формы предоставления информации: видео, инфографика (разнообразие в каждой из форм, например, видео может содержать: панораму места, где происходит событие; мнения главных действующих лиц; архивные кадры; подбор фрагментов на месте, чек-лист для заполнения). Работа аудитории на смоделированной преподавателем пресс-конференции по актуальной теме.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Производственный процесс создания медиапродукта.	Видовые признаки информационного сообщения; особенности текста, воспринимаемого на слух; формула аудио-восприятия текста; стилевые требования к «звучащей» информации; свойства текста: оригинальность, релевантность и декодируемость. Принцип перевернутой пирамиды; хедлайн, лид, корпус сообщения; их соотношение в тексте; возможные ошибки в информационном сообщении; структурная схема дискурса новостей. Как спланировать информационный день мультимедийной редакции. Планирование мультимедийного сюжета.
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации.	Главные методы сбора информации: беседы, участие в событии или наблюдение за ним, выявление документов, печатных текстов, аналитическая работа над ними, использование современных документов и

		фактов, изучение архивных документов, постановка опыта, эксперимент. Создание журналистского медиапродукта.
3.	Творческая студия «Печатные СМИ».	История «печатных СМИ». Процесс создания медиапродукта. Шаблон-макет — файл издательской программы, включающей в себя основные элементы оформления газеты: шаблоны типовых страниц, шапку газеты, информационные полосы и колонки, текстовые и графические стили. Полоса — страница издания, на которой размещаются элементы шаблона, текстовые и графические элементы. Стиль графический — совокупность параметров оформления фрейма. Фрейм — графический объект, в который может быть помещен текст или графический объект.
4.	Творческая студия на радио.	Возникновение радио. Научные предпосылки создания радио. Технология развития радио в 20-30 -е годы. Технология создания радиопродукта во время ВОВ, технология создания продукта 50-60-е годы. Технология создания продукта в 70-80-е годы. Современное состояние радио. Радио и Интернет. Процесс создания радиийного медиапродукта.
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики.	Телевидение периода 80-90гг. с точки зрения технологического развития. Телевидение нового времени и переход на цифровые технологии. Формы телевидения и их воздействие на слушателя. Изображение как главное выразительное средство ТВ. Элементы изображения (кадр, план, ракурс, композиция кадра). Монтаж – основополагающее средство организации экранного материала. Виды монтажа. Специфика телеизображения. Новые формы и изобразительные средства на современном телеэкране. Специфика работы журналиста в телестудии. Взаимодействие с творческой группой. Поведенческие аспекты работы в телестудии. Преодоление эфирного дискомфорта. Макияж, прическа, одежда телеведущего. Создание медиапродукта.
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции.	Зрелищная характеристика программы, механизмы воздействия на зрителей в зрелищно-публицистической структуре телепрограммы. Драматургия: внешняя и внутренняя. Внешняя – монтаж, логика повествования, композиция. Внутренняя – слова, настроение, эмоции (автора, героя). Средства: Монтаж (отбор кадров и планов, их последовательность). Голос (тембр, темп, скорость). Слова (стилистика). Живая речь героев (эмоции, взволнованность, недосказанность, звуки-паразиты,

		паузы, молчание). Музыка (фон, самостоятельно рассказывающая, дополняющая. Шумы (документальность, эффект жизни). Мнение автора, персонификация поданной информации.
7.	Информационное агентство.	Ведущие российские и зарубежные информационные агентства. Подготовка перечня источников информации по заданному географическому ареалу.
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции.	Репортаж в газете, на телевидении и радио. Виды репортажа. Содержание репортажа, приоритеты (глубина проработки темы), формы предоставления информации: видео, инфографика (разнообразие в каждой из форм, например, видео может содержать: панораму места, где происходит событие; мнения главных действующих лиц; архивные кадры; подбор фрагментов на месте, чек-лист для заполнения). Работа аудитории на смоделированной преподавателем пресс-конференции по актуальной теме.

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Производственный процесс создания медиапродукта.	Опрос, исследовательский проект, проблемно-аналитическое задание
2.	Виды источников информации. Перепроверка и уточнение информации.	Опрос, информационный проект, проблемно-аналитическое задание, задание к интерактивному занятию, тестирование
3.	Творческая студия «Печатные СМИ».	Опрос, проблемно-аналитическое задание, творческий проект
4.	Творческая студия на радио	Опрос, проблемно-аналитическое задание, творческий проект
5.	Главные этапы развития, особенности жанров телевизионной журналистики.	Опрос, исследовательский проект, творческий проект, тестирование
6.	Эмоциональная (эстетическая) функция монтажа, цвета, композиции.	Опрос, проблемно-аналитические задания
7.	Информационное агентство	Опрос, проблемно-аналитическое задание
8.	Репортаж как вид медиапродукта. Работа на пресс-конференции	Опрос, исследовательский проект, тестирование

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

8.1. Основная учебная литература

1. Бобров А.А. Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере

[Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бобров А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2017.— 174 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74732.html>.

2. Гуревич С. М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: Учеб. пособ. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с. – Режим доступа - URL: <https://evartist.narod.ru/text10/01.htm>

3. Зорин, К. А. Журналистское мастерство. Новостная журналистика: учебное пособие / К. А. Зорин. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016. — 136 с. — ISBN 978-5-7638-3509-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/84345.html>.

4. Орлова, М.В. Организация работы редакционных коллективов СМИ: электронное учебно-методическое пособие / М.в. Орлова. — Тольятти: Изд-во ТГУ, 2021. — 1 оптический диск. — ISBN 978-5-8259-1582-1 Режим доступа URL: https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/22871/1/Orlova%20MV_1-30-20_Z.pdf

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Доброзракова Г.А.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015.— 95 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>.

2. Гегелова, Н. С. Культурная миссия телевидения: монография / Н. С. Гегелова. — Москва: Российский университет дружбы народов, 2011. — 264 с. — ISBN 978-5-209-03533-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/11412.html>.

3. Ким, М.И. Редакция СМИ: базовые принципы организации и управления - / Северо-Западный институт управления (Филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург) <https://cyberleninka.ru/article/n/redaktsiya-smi-bazovye-principy-organizatsii-i-upravleniya/viewer>

4. Ульченко Е.Н. Разработка интерактивных мультимедийных ресурсов при помощи социальных сервисов сети интернет [Электронный ресурс]: материалы научных исследований/ Ульченко Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2012.— 64 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21457.html>.

5. Бертольт, Брехт Теория радио, 1927-1932 / Брехт Бертольт. — Москва: Ад Маргинем Пресс, 2014. — 64 с. — ISBN 978-5-91103-193-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51397.html>.

8.3. Периодические издания

1. История отечественных СМИ. ISSN 2541-9137. <http://www.journ.msu.ru/science/books/27474/>

2. МедиаАльманах. ISSN: 1992-4631. <http://mediaalmanah.ru/files/93/646.php>

3. Медиаскоп. ISSN 2074-8051. <http://www.mediascope.ru/>

4. Журналист журнал - <https://jrnlst.ru/?ysclid=m0obhesupm530574769>

5. История отечественных СМИ. ISSN 2541-9137. <http://www.journ.msu.ru/science/books/27474/>

6. 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. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>

2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/>
4. Портал полиграфической индустрии «ПЕЧАТНИК.com». www.pechatnick.com.
5. Проект Websmi.by — учебное интернет-СМИ студентов www.websmi.by.
6. Банк бесплатных фотоиллюстраций <https://ru.freepik.com/photos>

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.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. 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. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

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, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

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

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

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; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

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:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб

версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

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 MicrosoftOffice для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

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 студентов-инвалидов и студентов 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**

Организация работы редакции: газеты, радио, телевидения

<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-6
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-6	Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-6.1. Имеет представление об особенностях взаимодействия СМИ с социальными сетями. ПК-6.2. Владеет навыками продвижения СМИ в различных социальных сетях и других каналах коммуникации ПК-6.3. Владеет навыками взаимодействия с пресс-службами государственных органов и общественных организаций.
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 и критериев оценки 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 индикатора	ПК-5		
	- знать основные этапы производственного процесса по созданию медиатекста.	- создавать медиатексты с применением современных редакционных технологий	- навыками применения цифровых технологий в работе над журналистским текстом.
Код индикатора	ПК-6		
	об особенностях взаимодействия СМИ с социальными сетями.	- заниматься продвижением СМИ в различных социальных сетях и других каналах коммуникации	- навыками взаимодействия с пресс-службами государственных органов и общественных организаций.
Код индикатора	ПК-7		
	приоритет общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми в работе над журналистским текстом.	- осознавать профессию журналиста как деятельность повышенной социальной ответственности; - общепринятые нормы морали и стандарты взаимоотношений и применяет их в создании журналистского текста.	- навыками профессии журналиста как деятельностью повышенной социальной ответственности.

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

7 СЕМЕСТР

ПК-5

1. Кто определяет политику издания?

А. генеральный директор
Б. главный редактор
В. Собственник
Ответ: Б

2. Кто занимается визуальным наполнением страниц издания?
А. художник
Б. фотограф
В. бильд-редактор
Ответ: В

3. Кто отвечает за ежедневные выпуски издания в оперативном режиме:
А. шеф-редактор
Б. издатель
В. корреспонденты
Ответ: А

4. Как называется на профессиональном сленге анонс материалов выпуска:
А. вынос
Б. подборка
В. «Шпигель»
Ответ: В

5. Как называется производственное помещение, откуда происходит выдача тв-программ в эфир и где находится режиссерская бригада:
А. аппаратная
Б. режиссерская
В. монтажная
Ответ: А

6. Кто занимает высшую позицию в служебной иерархии медиа:
А. генеральный директор
Б. главный редактор
В. у каждого из них своя зона ответственности
Ответ: А

7. Кто отвечает за приглашение в тв-программу гостей:
А. режиссер
Б. продюсер
В. главный редактор
Ответ: Б

8. Какая страна первой перешла полностью на цифровое радиовещание:
А. Япония
Б. Норвегия
В. США
Ответ: Б

9. Как называется гаджет, с которого ведущий читает новости на телевидении:
А. телесуфлер
Б. монитор
В. табло

Ответ: А

10. К какой категории каналов относятся по охвату аудитории «Россия-1» и Первый канал:

- А. сетевые
- Б. цифровые
- В. универсальные(федеральные)

Ответ: В

11. Кто из отечественных ученых впервые использовал слово «журналист»?

- А). М. В. Ломоносов
- Б). Д. И. Менделеев
- В). В.И. Вернадский
- Г). Н.И. Лобачевский

Ответ: А

12. Прочитайте определение, укажите термин, которому оно соответствует: принятая в обществе система норм и ценностей, регулирующих поведение человека, его отношение к другим людям, самому себе и окружающей среде – это...

- А) коммуникация
- Б) саморегулирование
- В) журналистика
- Г) мораль

Ответ: Г

13. Какой закон регламентирует деятельность журналистов в России?

- А). Закон РФ «О деятельности редакции»
- Б). Закон РФ «О средствах массовой информации» +
- В). Закон РФ «О медиа»
- Г). Закон РФ «О работе журналиста»

Ответ: Б

14. В каком году был принят Кодекс профессиональной этики российского журналиста?

- А). В 1983 г.
- Б). В 1990 г.
- В). В 1994 г.
- Г). В 2000 г.

Ответ: В

15. SMM-специалист – это...

- А) редактор сайта
- Б) сотрудник, который занимается распространением контента СМИ на площадках социальных сетей и мессенджеров
- В) продюсер
- Г) маркетолог

Ответ: Б

ПК-6

1. К основным свойствам информации нельзя отнести:

- А) объективность
- Б) достоверность
- В) динамизм

Г) полноту

Ответ: В

2. В основе журналистского текста лежит (лежат) ...

А) художественный вымысел

Б) проверенные факты

В) слухи и мнения

Г) информация о преимуществах товара или услуги

Ответ: Б

3. Пресс-релиз – это...

А) сообщение, которое готовят различные компании или организации для того, чтобы его распространяли СМИ

Б) любая публикация в СМИ

В) сообщение, которое СМИ обязаны опубликовать

Г) публикация СМИ в соцсетях.

Ответ: А

4. К какой группе жанров относится авторская колонка?

А). Информационные

Б). Аналитические

В). Художественно-публицистические

Г). Развлекательные

Ответ: Б

5. К базовым журналистским жанрам не относится:

А) новость

Б) портрет

В) драма

Г) интервью

Ответ: В

6. В основе какого журналистского жанра лежит рассказ участника или очевидца события, позволяющий читателю, зрителю, слушателю увидеть и пережить случившееся?

А). Интервью

Б). Репортаж

В). Новость

Г). Расследование

Ответ: Б

7. Выстройте в верном порядке структурные элементы информационного поста СМИ в социальной сети:

А) хештег

Б) фото, видео, графика

В) подводка

Г) ссылка на новость на сайте СМИ

Ответ: В

8. Какому термину соответствует приведенное ниже определение: содержание слова, закрепленное в толковом словаре, – это...

А) смысловая сочетаемость

Б) лексическое значение

В) оценочность
Г) стилистическая окраска
Ответ: Б

9. В сочетаниях «снежный занос» и «держится за нос» мы можем увидеть пример...

А) омонимов
Б) омографов
В) омофонов
Г) омоформ
Ответ: В

10. Укажите, какая из перечисленных ниже речевых фигур не относится к типам многозначности слова:

А) синекдоха
Б) литота
В) метонимия
Г) метафора.
Ответ: Б

11. Как называется долгосрочный план выпуска изданий?

А) Месячный график
Б) Перспективный (тематический) план редакции
В) Квартальный отчет
Г) Кассовый план
Ответ: Б

12. Что такое «тематические полосы» (колонки) газеты?

А) Рекламные модули
Б) Постоянные рубрики, обеспечивающие стабильность и узнаваемость издания
В) Свободные места
Г) Пустые страницы
Ответ: Б

13. Что такое «портфель издательства»?

А) Сейф с деньгами
Б) Совокупность уже принятых к производству, но еще не выпущенных проектов
В) Личные вещи сотрудников
Г) Готовые макеты
Ответ: Б

14. Какие два фактора являются определяющими при включении новой рубрики в СМИ? (выберите два правильных ответа)

А) Интерес целевой аудитории, подтвержденный исследованиями
Б) Соответствие общей миссии и концепции издания
В) Любое желание стажера
Г) Цвет глаз главного редактора
Ответ: А, Б

15. Соотнесите тип издания с его ключевой характеристикой для репертуарного планирования.

Тип издания	Характеристика
А) Ежедневная газета	1) Высокая оперативность, объем новостей, «горячие» темы
Б) Ежемесячный журнал	2) Глубина аналитики, долгие циклы подготовки материалов
В) Интернет-портал	3) Концепция строится вокруг постоянных рубрик (колонок)
Г) Сборник научных статей	4) Требуется экспертной рецензии и длительного рецензирования

Ответы: А – 1, Б – 2, В – 3, Г – 4

ПК-7

1. Что такое «целевая аудитория» издания?

 - А) Все жители страны
 - Б) Группа людей, на которую ориентировано содержание издания
 - В) Только сотрудники редакции
 - Г) Рекламодатели

Ответ: Б
2. Какой метод исследования позволяет получить наиболее глубокую качественную информацию о мотивах читателей?

 - А) Массовый онлайн-опрос
 - Б) Фокус-группа (глубинное интервью с небольшой группой представителей аудитории)
 - В) Подсчет количества букв в текстах
 - Г) Интроспекция (самонаблюдение) главного редактора

Ответ: Б
3. Что такое «конъюнктура рынка»?

 - А) Внутренняя атмосфера в коллективе
 - Б) Текущая экономическая ситуация, соотношение спроса и предложения на медиарынке
 - В) Техническое оснащение типографии
 - Г) Государственное законодательство

Ответ: Б
4. Каков основной способ оценить реальный покупательский спрос на печатную газету?

 - А) Опрос друзей
 - Б) Данные о розничных продажах и подписке
 - В) Количество лайков в Instagram главного редактора
 - Г) Гадание по звездам

Ответ: Б

5. Что из перечисленного является «барьером входа» для нового издания на рынке?
- А) Отсутствие конкуренции (наоборот, облегчает)
 - Б) Высокие стартовые затраты и сильные конкуренты, разделившие аудиторию
 - В) Наличие интернета
 - Г) Хорошая погода
- Ответ: Б
6. Как называется анализ сильных и слабых сторон издания, возможностей и угроз (рыночных)?
- А) PEST-анализ
 - Б) SWOT-анализ
 - В) XYZ-анализ
 - Г) ABC-анализ
- Ответ: Б
7. Что является важнейшим показателем «здоровья» платного издания?
- А) Количество раздаваемых бесплатно экземпляров
 - Б) Количество платных подписчиков и объем розничных продаж в динамике
 - В) Толщина издания
 - Г) Яркость обложки
- Ответ: Б
8. Какие данные НЕ относятся к оценке конъюнктуры рынка?
- А) Доли рынка конкурентов
 - Б) Средняя цена издания в сегменте
 - В) Любимый цвет генерального директора
 - Г) Тренды потребления контента (рост видео, подкастов)
- Ответ: В
9. Как понять, что новая рубрика не пользуется спросом у аудитории?
- А) Главный редактор считает её гениальной
 - Б) Низкие показатели дочитываний, кликов, отсутствие обратной связи, падение продаж при её продвижении
 - В) Её никто не критикует
 - Г) У неё длинное название
- Ответ: Б
10. Что такое «покупательская способность» аудитории?
- А) Умение быстро читать
 - Б) Реальный доход и возможность потратить деньги на данное издание
 - В) Чувство юмора
 - Г) Образование
- Ответ: Б
11. Как называются исследования, которые редакция проводит своими силами (например, анкетирование на сайте)?
- А) Аутсорсинговые
 - Б) Собственные (on-site)
 - В) Случайные
 - Г) Теоретические
- Ответ: Б

12. На что в первую очередь влияет высокий покупательский спрос на издание?

- А) На цвет обложки
- Б) На стоимость рекламных площадей (растет) и привлечение инвестиций
- В) На настроение курьера
- Г) На форму офиса

Ответ: Б

13. Какие два канала распространения дают наиболее точную обратную связь о реальном покупательском спросе? (выберите два)

- А) Бесплатная раздача на улице
- Б) Розничная продажа в киосках и сетевых магазинах
- В) Подписка (почтовая или электронная)
- Г) Оставление журналов в холле офиса

Ответ: Б, В

14. Какие два демографических параметра обязательно учитывают при анализе спроса на новый журнал? (выберите два)

- А) Возраст и пол потенциальной аудитории
- Б) Уровень дохода и образование
- В) Цвет волос
- Г) Длина фамилии

Ответ: А, Б

15. Задание 15. Соотнесите метод оценки спроса с его описанием.

А) Массовый опрос	1) Глубинное обсуждение продукта с 8-10 представителями ЦА
Б) Фокус-группа	2) Статистический анализ фактических данных о продажах
В) Анализ продаж	3) Стандартизированная анкета, охватывающая тысячи респондентов
Г) А/В тестирование	4) Опрос двух групп (контрольной и экспериментальной) о разных вариантах обложки

Ответы: А – 3, Б – 1, В – 2, Г – 4