

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
Декан факультета русской филологии  
и национальной культуры



К.В. Алексеев  
30 августа 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«СИСТЕМА СМИ»

Уровень основной профессиональной образовательной программы:

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность подготовки: –

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП: нормативный (4 года)

Факультет русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2018

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цели изучения дисциплины заключается в формировании компетенций, позволяющих студентами понять закономерности формирования системы средств массовой информации; формирование представлений об интеграции и дифференциации различных компонентов системы СМИ; понимание качественных особенностей различных видов СМИ, современных типологических моделей различных средств массовой информации (печать, радио, телевидение, Интернет, мобильные медиа), выработка навыков классификации и типологического анализа различных СМИ.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

**2.1.** Дисциплина «Система СМИ» принадлежит к Блоку 1.

**2.2.** Для изучения данной учебной дисциплины необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым предшествующими дисциплинами:

- «Введение в специальность»
- «Основы теории журналистики»

**2.3.** Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым данной учебной дисциплиной:

- Основы журналистской деятельности
- Экономика и менеджмент СМИ

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных- компетенций

1	Номер/ индекс компетенци и	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать 4	Уметь 5	Владеть 6
1.	ОПК–2	способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа	Основные типы универсальных и специализированных по тематике СМИ. Типоформирующие факторы и модели СМИ. Функции СМИ и отражение этих функций в их структуре. Медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества в системе СМИ. Типологию прессы. Радиовещание и телевидение в структуре СМИ. Типы интернет-СМИ, включая типы информационных агентств и специфику их продукции.	Характеризовать газету как тип издания и основные тенденции развития современной газетной периодики. Анализировать типологическую структуру журналов в условиях становления информационного общества Выявлять системные качества радиовещания. Проводить дифференциацию телевидения по тематике, способу трансляции, по характеру аудитории, по формам собственности и способам Анализировать трансформацию интернет-ресурсов, включая развитие федеральных и региональных информационных агентств	Навыками анализа общественно-политических, деловых, экономических, литературно-художественных, научных, производственно-технических и других изданий. Технологиями изучения особенностей контента интернет-СМИ. Навыками исследования развития электронных СМИ и формирования новой информационной среды.
2.	ОПК–11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга	Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ. Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.). Инвестиционные и рекламные СМИ. Бюджетная и коммерческая пресса.	Исследовать влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса. Классифицировать массовые и качественные издания и программы.. Выявлять влияние форм собственности на структуру СМИ	Навыками анализа перспектив преобразования системы СМИ Методикой изучения воздействия на структуру СМИ политико-экономических факторов, характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик. Навыками изучения процессов концентрации и монополизации в системе СМИ

	обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента			
--	---	--	--	--

## 2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
«СИСТЕМА СМИ»					
<p><b>Цели изучения дисциплины «СИСТЕМА СМИ»:</b> формирование компетенций, позволяющих студентами понять закономерности формирования системы средств массовой информации; формирование представлений об интеграции и дифференциации различных компонентов системы СМИ; понимание качественных особенностей различных видов СМИ, современных типологических моделей различных средств массовой информации (печать, радио, телевидение, Интернет, мобильные медиа), выработка навыков классификации и типологического анализа различных СМИ.</p>					
<p><b>В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие:</b></p>					
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК–2	способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области	<p><b>Знать</b></p> <p>Основные типы универсальных и специализированных по тематике СМИ. Типоформирующие факторы и модели СМИ. Функции СМИ и отражение этих функций в их структуре. Медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества в системе СМИ. Типологию прессы. Радиовещание и телевидение в структуре СМИ. Типы интернет-СМИ, включая типы</p>	Лекции, семинары-дискуссии, изучение материалов СМИ	собеседование, опрос, тестирование анализ материалов СМИ зачет	<p><b>ПОРОГОВЫЙ</b></p> <p>Описать типы изданий Предложить базовый план характеристики функций СМИ. Описать типоформирующие признаки изданий, продемонстрировать навыки работы с различными медийными средствами. Выявить особенности национальных медиамodelей</p> <p><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b></p>

	<p>важнейших инновационных практик в сфере массмедиа</p>	<p>информационных агентств и специфику их продукции.  <b>Уметь</b>          Характеризовать газету как тип издания и основные тенденции развития современной газетной периодики.          Анализировать типологическую структуру журналов в условиях становления информационного общества          Выявлять системные качества радиовещания. Проводить дифференциацию телевидения по тематике, способу трансляции, по характеру аудитории, по формам собственности и способам          Анализировать трансформацию интернет-ресурсов, включая развитие федеральных и региональных информационных агентств  <b>Владеть</b>          Навыками анализа общественно-политических, деловых, экономических, литературно-художественных, научных, производственно-технических и других изданий.          Технологиями изучения особенностей контента интернет-СМИ.          Навыками исследования развития электронных СМИ и формирования новой информационной среды.</p>			<p>Сравнивать тенденции развития медиаотрасли в России и за рубежом          Анализировать развитие общества в системе массовых информационных процессах          Определить ценность и жизненный цикл медиа-сообщения, применять технологии управления массовой информацией в создании журналистских материалов</p>
ОПК–11	<p>способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного</p>	<p><b>Знать</b>          Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ.          Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.).          Инвестиционные и рекламные СМИ. Бюджетная и коммерческая пресса.  <b>Уметь</b>          Исследовать влияние видов социальной</p>		<p>собеседование, опрос, тестирование анализ материалов СМИ зачет</p>	<p><b>Пороговый</b>          Называть целевые группы и определять факторы платежеспособного спроса.          Определять влияние формы собственности СМИ на контент и способы подачи информации          Объяснить принципы функционирования СМИ. в конвергентной среде  <b>Повышенный</b></p>

	<p>статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиамеджмента</p>	<p>деятельности на характер редакционного процесса.  Классифицировать массовые и качественные издания и программы..  Выявлять влияние форм собственности на структуру СМИ  <b>Владеть</b>  Навыками анализа перспектив преобразования системы СМИ Методикой изучения воздействия на структуру СМИ политико-экономических факторов, характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.  Навыками изучения процессов концентрации и монополизации в системе СМИ</p>			<p>Различать специфику развития периодической печати, телевидения, радио и интернет-СМИ  Давать оценку развитию системы СМИ в России  Использовать новейшие научные источники для характеристики системы СМИ</p>
--	---	---	--	--	--

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 3 (часов)
1	2	3
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем по всем видам деятельности (всего)</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
В том числе:		
Лекции (Л)	16	16
Семинарские занятия (СЗ)	16	16
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
В том числе:		
<b>СРС в семестре:</b>		
Подготовка к семинарам-конференциям	7	7
Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам	6	6
Подготовка к тестированию знаний фактического материала	7	7
Анализ материалов СМИ	10	10
<b>СРС в период сессии:</b>		
Подготовка к зачету	10	10
<b>Вид промежуточной аттестации - зачет</b>		
<b>ИТОГО: Общая трудоемкость</b>	<b>72 часа</b>	<b>72 часа</b>
	<b>2 зач.ед</b>	<b>2 зач.ед</b>

### Содержание учебной дисциплины

#### 2.1 Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
1	1	Средства массовой информации как системный объект	<p>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.</p> <p>Функции СМИ и отражение этих функций в их структуре. Информационные, аналитические, культурно-просветительные, развлекательные, организационно-коммуникативные и др. функции СМИ и их влияние на структуру массмедиа.</p> <p>Влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса. СМИ и практическая деятельность (производство, распределение, потребление). СМИ и духовная деятельность (наука, литература, искусство). Массовые и качественные издания и программы. Общественно-политические, деловые, экономические литературно-художественные, научные, производственно-технические, торговые, рекламные, и другие СМИ.</p> <p>Влияние форм собственности на структуру СМИ. Инвестиционные и рекламные СМИ. Влияние</p>

			<p>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.</p> <p>Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция медиасистемы. Формирование новой информационной среды. Понятие о мобильном обществе. Развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ</p>
1	2	Типология средств массовой информации	<p>Типология 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.</p> <p>Газета как тип издания. Ежедневная и еженедельная газета: Основные тенденции развития современной газетной периодики. Общеполитические и специализированные газеты. Журнал как тип издания. Типологическая структура журналов в условиях становления информационного общества. Деловая и корпоративная периодика. Бюджетная и коммерческая пресса. Отраслевая пресса. Региональные и местные издания.</p> <p>Системные качества телевидения и радиовещания. Дифференциация телевидения по характеру аудитории: общероссийское, региональное, местное. Предметно-тематическая дифференциация: универсальное и специализированное. По целевому назначению: информационное, аналитическое (расследовательское), развлекательное и др. По способу трансляции: эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное. По формам собственности и способам финансирования: государственное, государственно-общественное, частное.</p> <p>Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Развитие сети коммерческих радиостанций. Дифференциация по характеру аудитории, функциональным характеристикам, тематической специализации.</p> <p>СМИ среди видов социальной коммуникации в Интернете. Типы интернет-СМИ: дифференциация по тематике, целевому назначению, характеру аудитории. Традиционные СМИ в новой медийной среде. Конвергенция и Интернет-СМИ. Принципы работы конвергентной редакции. Особенности контента Интернет-СМИ. Гражданские медиа.</p> <p>Типы информационных агентств и специфика их продукции. Универсальные и специализированные общероссийские агентства. Региональные агентства и характер их развития.</p> <p>Особенности распространения в России цифрового телевидения. Сетевые СМИ. Видео, аудио, CD, мобильные медиа. Сайты, порталы, блоги.</p>

### Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ПЗ	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8
3	1	Средства массовой	8	8	20	36	2, 4, 6 неделя:



		информации как системный объект					собеседование, 3, 5 неделя - опрос, 7 неделя - тестирование 8 неделя- Контрольная работа (анализ материалов СМИ)
3	2	Типология средств массовой информации	8	8	20	36	10, 12, 14 неделя: собеседование, 11, 13 неделя - опрос, 15 неделя - тестирование 16 неделя- Контрольная работа (анализ материалов СМИ)
		Разделы дисциплины № 1-3	16	16	40	72	Зачет
		<b>ИТОГО за семестр</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>72</b>	<b>зачет</b>

### 2.3 Практические занятия

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование лабораторных работ	Всего часов
1	2	3	4	5
3	1	Средства массовой информации как системный объект	1. Особенности различных аудиторных групп как фактор формирования системы СМИ. 2. Основные типы изданий. 3. Функции СМИ 4. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ. Медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества в системе СМИ.	2 2 2 2
3	2	Типология средств массовой информации	1. Газета и журнал как тип издания. Основные тенденции развития современной прессы. 2. Системные качества телевидения Дифференциация телевидения по характеру аудитории: 3. Радиовещание в структуре СМИ. 4. Типы интернет-	2 2 2 2

			СМИ. Информационные агентства и специфика их продукции.	
		<b>ИТОГО в семестре</b>		<b>16</b>

## 2.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены по учебному плану.

## Самостоятельная работа студента

### 3.1 Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
3	1	Средства массовой информации как системный объект	Подготовка к семинарам-конференциям и к семинарам-дискуссиям Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам Подготовка к тестированию <b>Подготовка к анализу материалов СМИ:</b> Изучение учебной и научной литературы; отбор материалов и их изучение.  Подготовка к зачету	3 3 4 2 3 6
3	2	Типология средств массовой информации	Подготовка к семинарам-конференциям и к семинарам-дискуссиям Подготовка к устному собеседованию по теоретическим разделам Подготовка к тестированию <b>Подготовка к анализу материалов СМИ:</b> Изучение учебной и научной литературы; отбор материалов и их изучение.  Подготовка к зачету	4 3 3 2 3 5
1		<b>ИТОГО в семестре:</b>		<b>40</b>

**3.2. График работы студента**  
Семестр № 3

Форма оценочного средства	Условное обозначение	Номер недели																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Собеседование	С		+		+		+				+		+		+				
Опрос	О			+		+						+		+					
Тестирование	Т							+								+			
Контрольная работа (анализ материалов СМИ)	Кр								+								+		
Зачет	З																		+

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы учащихся по дисциплине:

1. Учебники и учебно-методические пособия
2. Интернет-ресурсы
3. Базы данных
4. Законы РФ «О СМИ»
5. Материалы СМИ

3.3.1 Примерные темы курсовых работ: курсовые работы не предусмотрены по учебному плану.

#### 4. Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

##### 4.1 Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ семестра	№ раздела	Виды контроля и аттестации (ВК, ТАт, ПрАт)	Наименование раздела учебной дисциплины	Оценочные средства		
				Форма	Количество вопросов в задании	Количество независимых вариантов
1	2	3	4	5	6	7
1	1	а) ВК б) ТАт  в) ПрАт	Средства массовой информации как системный объект	а) индивидуальное собеседование б) защита рефератов и презентаций по теме занятия, анализ рекламного обращения  зачет	2 5 4 2	2 3 2 1
1	2	а) ВК б) ТАт  в) ПрАт	Типология средств массовой информации	а) индивидуальное собеседование б) защита рефератов и презентаций по теме занятия, анализ PR-сообщения  в) зачет	2 5 4 2	2 3 2 1

#### 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

Основная литература

Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика [Текст] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. - Москва : Юрайт, 2015. - 269 с.

Дзялошинский, И. М.

Современное медиапространство России [Текст] : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - 312 с.

Дополнительная литература

Средства массовой информации России [Текст] : учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского; научн. ред. Е. Л. Варганова, М. В. Шкондин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 391 с.

Стариков, А. Г. Масс-медиа современной России [Текст] : учебное пособие / А. Г. Стариков. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2013. - 250 с.

### 5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ, после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 15.04.2018).
2. Polpred.com Обзор СМИ [Электронный ресурс] : сайт. – Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://polpred.com/> (дата обращения: 15.11.2017).
3. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный (дата обращения: 15.10.2017).
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultan.ru>, свободный (дата обращения: 15.10.2017).
5. Научная библиотека РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru>, свободный (дата обращения: 15.10.2017).
6. Труды преподавателей [Электронный ресурс] : коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 15.10.2017).
7. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red) (дата обращения: 15.10.2017).
8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва : Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ

имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 10.11.2017).

9. Электронный каталог НБ РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ РГУ имени С.А. Есенина. – Рязань, [1990 - ]. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/marc>, свободный (дата обращения: 15.10.2016).
10. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 20.04.2017).

#### 5.4. Перечень Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины:

1. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
2. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: <http://rkn.gov.ru/>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Требования к аудиториям для проведения занятий:

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный или LED-телевизор, компьютерный класс.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: экран, проектор, ноутбук; доступ в локальную сеть университета и Интернет. Программное обеспечение: текстовые редакторы.

6.3 Требования к специализированному оборудованию: -

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: -

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью справочников. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается

	разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстами материалов СМИ (общественно-политические издания, выходящие в период избирательной кампании), прослушивание радио- и телевизионных сюжетов по заданной теме, просмотр материалов новых медиа: социальных сетей, новостного интернет-контента
Анализ рекламных и PR-материалов	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, источники ЭБС конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ:**

1. Использование браузеров для выхода в Интернет (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera и т.д.) и обращение к интернет-ресурсам: поисковым системам, специализированным порталам и сайтам.
2. Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты n.dolgova@rsu.edu.ru.
3. Интерактивное общение с помощью Skype.
4. Использование слайд-презентаций Microsoft Office PowerPoint или Open Document при проведении практических занятий
5. Написание и редактирование материалов при помощи Microsoft Office Word или Open Office Document),

## **10. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

1. Microsoft Office PowerPoint или Open Document
2. Microsoft Office Word или Open Office Document
3. Skype
4. AdobeInDesigh

## Приложение 1

### ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Средства массовой информации как системный объект	ОПК-2, ОПК-11	Зачет
2	Типология средств массовой информации	ОПК-2, ОПК-11	Зачет

### ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ



Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК-2	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	Знать	
		Основные типы универсальных и специализированных по тематике СМИ.	ОПК-2, 31
		Типоформирующие факторы и модели СМИ.	ОПК-2,32
		Функции СМИ и отражение этих функций в их структуре.	ОПК-2,33
		Медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества в системе СМИ.	ОПК-2,34
		Типологию прессы.	ОПК-2,35
		Особенности радиовещания и телевидения в структуре СМИ.	ОПК-2,36
		Типы интернет-СМИ, включая типы информационных агентств и специфику их продукции.	ОПК-2,37
		уметь	
		Анализировать трансформацию интернет-ресурсов, включая развитие федеральных и региональных информационных агентств	ОПК-2, У1
		Характеризовать газету как тип издания и основные тенденции развития современной газетной периодики.	ОПК-2,У2
		Анализировать типологическую структуру журналов в условиях становления информационного общества	ОПК-2, У3
		Выявлять системные качества радиовещания.	ОПК-2, У4
		Проводить дифференциацию телевидения по тематике, способу трансляции, по характеру аудитории, по формам собственности и способам	ОПК-2, У5
		владеть	
		Навыками анализа общественно-политических, деловых, экономических, литературно-художественных, научных, производственно-технических и других изданий.	ОПК-2, В1
		Технологиями изучения особенностей контента интернет-СМИ.	ОПК-2, В2

		Навыками исследования развития электронных СМИ и формирования новой информационной среды.	ОПК-2, В3
ОПК 11	готовностью к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся отечественный и зарубежный опыт в данной области (ОПК-8)	знать	
		<b>Знать</b> Особенности различных аудиторных групп, их потребностей как фактор формирования системы СМИ.	ОПК 11,31
		Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.).	ОПК 11,32
		Инвестиционные и рекламные СМИ. Бюджетная и коммерческая пресса.	ОПК 11, 33
		уметь	
		Исследовать влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса.	ОПК- 11, У1
		Классифицировать массовые и качественные издания и программы..	ОПК- 11, У2
		Выявлять влияние форм собственности на структуру СМИ	ОПК- 11, У3
		владеть	
		Навыками анализа перспектив преобразования системы СМИ	ОПК- 11, В1
		Методикой изучения воздействия на структуру СМИ политико-экономических факторов, характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.	ОПК- 11, В2
		Навыками изучения процессов концентрации и монополизации в системе СМИ	ОПК- 11, В3

### Комплект оценочных средств для промежуточной аттестации (зачет)

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Особенности различных аудиторных групп, их	ОПК- 11, 31

	потребностей как фактор формирования системы СМИ.	
2	Основные типы универсальных и специализированных СМИ.	ОПК- 11, 31
3	Функции СМИ и отражение этих функций в их структуре.	ОПК-2, 31
4	СМИ и практическая деятельность (производство, распределение, потребление). СМИ и духовная деятельность (наука, литература, искусство).	ОПК-11, У1
5	Массовые и качественные издания и программы.	ОПК-2, 31; ОПК-11, У2
6	Разновидности изданий: общественно-политические, деловые, экономические литературно-художественные, научные, производственно-технические, торговые, рекламные и другие СМИ.	ОПК-2, В1
7	Влияние форм собственности на структуру СМИ. Инвестиционные и рекламные СМИ. Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.).	ОПК- 11, 32, 33, В3
8	Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ: работа медиахолдингов издательских домов в системе СМИ.	ОПК-2,34; ОПК-11, В3
9	Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция медиасистемы.	ОПК-2, В3
10	Развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ	ОПК-11,В1
11	Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Типоформирующие факторы СМИ.	ОПК-2, 32,
12	Влияние на структуру СМИ политико-экономических факторов, характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.	ОПК-11, В2
13	Модели СМИ.	ОПК-2, 32
14	Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета. Основные тенденции развития современной газетной периодики.	ОПК-2, 35, У2
15	Журнал как тип издания. Типологическая структура журналов в условиях становления информационного общества.	ОПК-2, 35, У3

16	Системные качества телевидения и радиовещания. Эфирное, спутниковое, кабельное. Разные формы собственности (государственное, государственно-общественное, частное).	ОПК-2, 36, У5
17	Общероссийское, региональное, местное телевидение. Специфика аудитории.	ОПК-2, 36, У5
18	Предметно-тематическая дифференциация телевидения: универсальное и специализированное.	ОПК-2, 36, У5
19	Целевое назначение телевидения. Информационное, аналитические, развлекательное и др.	ОПК-2, 36, У5
20	Радиовещание в структуре СМИ.	ОПК-2, 36, У4
21	Развитие сети коммерческих радиостанций. Дифференциация по характеру аудитории, функциональным характеристикам, тематической специализации.	ОПК-2, 36, У4
22	СМИ среди видов социальной коммуникации в Интернете.	ОПК-11, В2
23	Типы интернет-СМИ: дифференциация по тематике, целевому назначению, характеру аудитории.	ОПК-2, 37
24	Он-лайн версии традиционных медиа.	ОПК-2, В2
25	Традиционные СМИ в новой медийной среде.	ОПК-2, В2
26	Гражданские медиа.	ОПК-2, В2
27	Типы информационных агентств и специфика их продукции.	ОПК-2, 37, У1
28	Универсальные и специализированные общероссийские агентства.	ОПК-2, 37, У1
29	Региональные агентства и характер их развития.	ОПК-2, 37, У1
30	Мобильные медиа и их место современной системе СМИ.	ОПК-2, 37, У1

### Критерии оценивания

1. «Зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он своевременно и качественно выполнил весь объем

работы, требуемый программой практики / НИР; умело применил полученные знания во время прохождения практики / НИР, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических и (или) научно-исследовательских задач.

2. **«Зачтено»** - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики / НИР; полностью выполнил программу с незначительными отклонениями от качественных параметров; проявил себя ответственным и заинтересованным специалистом в будущей профессиональной деятельности; правильно применил теоретические положения при решении практических вопросов и научно-исследовательских задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

3. **«Зачтено»** - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он выполнил программу практики / НИР, однако часть заданий вызвала затруднения, не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике и в научно-исследовательской деятельности, допускал ошибки в планировании и решении задач практики/ НИР, отчет носит описательный характер, без элементов анализа и обобщения.

**«Не зачтено»** - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует низкое качество выполнения индивидуальных заданий, оформление документов по практике / НИР не соответствует требованиям, обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике / научно-исследовательской деятельности. Представленные документы и результаты собеседования с обучающимся не свидетельствуют о сформированности у последнего предусмотренных программой практики компетенций.