Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 07.09.2023 13:07:18
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института
издательского дела и журналистики

Е.Л. Хохлогорская

«23» августа **2021 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Система СМИ»

Направление подготовки
42.03.02. «Журналистика»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Москва — 2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Рабочая программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, и студентов направления подготовки 42.03.02. «Журналистика», изучающих дисциплину «Система СМИ».

Цель изучения дисциплины - изучение закономерностей развития системы средств массовой информации (её организации и самоорганизации), выработка представления о системе СМИ как о сложно организованном субъекте и объекте сферы коммуникативно-информационных отношений общества.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- формирование понимания смысла процессов дифференциации и интеграции различных компонентов системы СМИ,
- исследование механизмов регулирования компонентов системы СМИ в рамках российской медиасистемы,
- формирование понимания качественных особенностей различных структурных медийных образований, современных типологических моделей разнообразных средств массовой информации.
- представление об основных организационных формах медиаиндустрии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Система СМИ» является дисциплиной системно-профессионального модуля базовой части образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Введение в профессию.
- Основы теории журналистики.
- Основы журналистской деятельности.
- Экономика и менеджмент СМИ.
- Рынок современных печатных СМИ России.
- Профессионально-творческая практика.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенции	**Результаты освоения ОП** ***Содержание компетенции****	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине****
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	***Знать:*** - организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, - направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных

	экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; - общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; – системные характеристики СМИ; – методику оценки информационного рынка на различных уровнях; – типологию печатных СМИ; – первичные и вторичные признаки издания; – элементы концепции издания и этапы их разработки; – типологию электронных СМИ (радио, телевидение); – типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). ***Уметь:*** – определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; – выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. ***Владеть:*** - системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа.

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Курсовая работа	Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)		
Очная	**2**	**3**	**108/3**	**36**	**18**	**18**	**-**	**36**	**36**	**-**	**экзамен**
Очно-заочная	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

Заочная	**2**	**3**	**108/3**	**18**	**10**	**8**	**-**	**54**	**36**	**-**	**экзамен**

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	36			36	
В том числе:					
Лекции	18			18	
Практические занятия (ПЗ)	-			-	
Семинары (С)	18			18	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Самостоятельная работа (всего)	36			36	
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-			-	
Расчетно-графические работы	-			-	
Реферат	10			10	
Эссе	8			8	
Контрольная работа	18			18	
Другие виды самостоятельной работы	-			-	
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36			36	
Общая трудоемкость час./ зач. ед	108/3			108/3	

Для заочной формы обучения:

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	18			18	
В том числе:					
Лекции	10			10	
Практические занятия (ПЗ)	-			-	
Семинары (С)	8			8	
Лабораторные работы (ЛР)	-				
Самостоятельная работа (всего)	54			54	
В том числе:					

Курсовой проект (работа)	-			-	
Расчетно-графические работы	-			-	
Реферат	20			20	
Эссе	18			18	
Контрольная работа	16			16	
Другие виды самостоятельной работы	-			-	
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36			36	
Общая трудоемкость час./ зач. ед	108/2			108/ 3	

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Средства массовой информации как системный объект

Роль СМИ в процессах общественного развития. Система СМИ и ее среда. Целостность системы. Основные подсистемы СМИ и характер их взаимодействия. СМИ как субъект и объект сферы коммуникативно-информационных отношений общества. Организованность и дезорганизованность СМИ.

Раздел 2. Влияние аудитории на систему СМИ

Социально-политическая ситуация в государстве и формирование аудиторных групп. Особенности различных аудиторных групп, специфика их потребностей как фактор формирования системы СМИ.

Раздел 3. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ

Основные типы универсальных по тематике изданий. Структура специализированных (по тематике) СМИ.

Раздел 4. Функции как фактор дифференциации системы СМИ

Актуализация и деактуализация функций СМИ и отражение этих процессов в их структуре. Социально-политические, информационные, аналитические, культуроформирующие, развлекательные, организационно-коммуникативные и др. функции СМИ и их влияние на структуру массмедиа.

Раздел 5. Редакционный процесс и коммуникативные функции субъектов социальной деятельности

Влияние видов социальной деятельности на характер редакционного процесса. СМИ и духовная деятельность (наука, литература, искусство). СМИ и духовно-практическая деятельность (образование, управление, воспитание). СМИ и практическая деятельность (производство, распределение, потребление). Массовые и качественные издания, объединяющие и разъединяющие, общего назначения и специализированные. Литературные, художественные, литературно-художественные, художественно-публицистические СМИ. Научные, научно-практические, научно-технические, научно-производственные, научно-популярные, научно-методические, научно-образовательные СМИ. Учебные, учебно-методические и другие издания. Технические, производственно-технические, производственные, торговые, рекламные и другие СМИ. Официально-документальные, инструктивные и другие издания.

Раздел 6. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ

Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция современной медиасистемы. Дигитализация СМИ. Мультиформатность и конвергенция СМИ.

Раздел 7. Характер трансформации системы СМИ в условиях рынка

Влияние форм собственности на структуру СМИ. Иностранный капитал в российских 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.

Раздел 8. Типология средств массовой информации

Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ. Типоформирующие факторы СМИ. Влияние на структуру СМИ характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик. Коммуникативные функции субъектов социальной деятельности как фактор структурирования СМИ. Идеализированные и аналоговые модели СМИ.

Раздел 9. Газеты и журналы

Газета как тип издания. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное. 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.

Раздел 10. Телевидение и радиовещание

Системные качества телевидения. Дифференциация телевидения по характеру аудитории: общероссийское, региональное, местное. Предметно-тематическая дифференциация: универсальные и специализированные. По целевому назначению: информационное, аналитические (расследовательское), развлекательное и др. По способу трансляции: эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное. По формам собственности и способам финансирования.

Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания. Развитие сети коммерческих радиостанций. Дифференциация по характеру аудитории, функциональным характеристикам, тематической специализации.

Раздел 11. Информационные агентства и другие структуры информационного обслуживания СМИ

Типы информационных агентств и специфика подготовки их продукции. Универсальные и специализированные общероссийские агентства. Региональные агентства и характер их развития.

Рекламные агентства, агентства по связям с общественностью, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.

Раздел 12. Интернет-СМИ

СМИ среди видов социальной коммуникации в Интернете. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Типы Интернет-СМИ, дифференциация по тематике, целевому назначению, характеру аудитории. «Старые» СМИ в новой медийной среде. Конвергенция и Интернет-СМИ. Принципы работы конвергентной редакции. Особенности контента интернет-СМИ. Гражданские медиа.

Раздел 13. Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации

Процессы становления информационного общества и их воздействие на систему СМИ. Экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ. Развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины «Система СМИ» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции, лекции-обсуждения, проблемные лекции, практические занятия в виде выступлений по заранее заданным темам, озвучивания подготовленных докладов, рефератов, эссе, выполнение контрольных работ (анализ прессы). Контактные консультации в виде индивидуального разбора выполненных рефератов и докладов.

Предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

– подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятиях;

– организация и проведение текущего контроля знаний студентов в форме написания контрольных работ;

- написание рефератов и эссе;

- итоговый устный опрос.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают примерную тематику рефератов и эссе, тематику контрольных работ, контрольные вопросы для устного собеседования.

Тематика контрольных работ для проведения текущего контроля, примерная тематика рефератов и эссе, контрольные вопросы для устного собеседования приведены в приложении.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код компетенции	**В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать**
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В процессе освоения образовательной программы данная компетенция, в том числе ее отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин, практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины, описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
Знать: организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: способности ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знание базовых принципов формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: способности ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знание базовых принципов формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний, касающихся способности ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знание базовых принципов формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа, допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при определении социальной роли журналиста	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний, касающихся способности ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знание базовых принципов формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, осведомленность в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа, свободно оперирует приобретенными знаниями

системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства).				
Уметь: определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.	Обучающийся демонстрирует неполное умение в определении информационной ниши издания, в оценке условий конкуренции. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по выявлению характера взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их	Обучающийся демонстрирует частичное умение использовать полученные знания в определении информационной ниши издания, в оценке условий конкуренции. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное понимание и умение в правильном определении информационной ниши издания, в оценке условий конкуренции; в выявлении характера взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

		переносе на новые ситуации.		
Владеть: системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.	Обучающийся не способен ориентироваться в ситуациях повышенной сложности работы журналиста, необходимым образом реагировать на смену ситуаций для выполнения профессиональной работы.	Обучающийся демонстрирует неполное владение умениями по сбору информации. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения теоретическим материалом, обучающийся испытывает значительные затруднения в новых условиях	Обучающийся по большей части владеет умением применять знания в практической работе. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет способностью применять полученные знания в профессиональной деятельности, теоретических исследованиях, свободно применяет полученные умения в ситуациях повышенной сложности.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине.

Шкала оценивания	**Описание**
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений приведенным в таблицах

	показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.
Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1.Основная литература ко всему курсу

Мечет, О.М. Особенности развития системы массовой информации в постсоветской России : монография / О.М. Мечет. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 113 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140263

Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России, учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - М., Аспект Пресс,2015. - 312 с.

Типология периодической печати. Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект-Пресс, 2009. - 236 с.

Проблематика СМИ : информационная повестка дня: учебное пособие по спец. "Журналистика" / под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 316 с.

7.2.Дополнительная литература

Перевалов, В.В. Журналистика. Культура. Система, монография; М., МГУП имени Ивана Федорова,2012. - 242 с.

7.3.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

http://postjournalist.org/
https://te-st.ru/2014/04/02/sxsw-2014-social-survival-guide/
https://te-st.ru/reports/longread-diy-webinar-materials/
https://snob.ru/profile/22979/blog/33620
http://samlib.ru/p/perewalow_w_w/hitechjournalism.shtml
http://newmedia2016.digital-books.ru/
Вестник МГУ. Сер. 10, Журналистика. https://istina.msu.ru/journals/94031/
Медиаскоп http://mediascope.ru/node/737
Вестник СПбГУ. Сер 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. http://vestnik.unipress.ru/s09.html
Медиаальманах: http://mediaalmanah.ru/archive/64/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория для лекционных занятий № 4907 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы, стулья, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Аудитория для семинарских занятий № 4902, 4903 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы учебные со стульями, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя:

стол, стул.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способностей к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса, проведение мини-контрольных.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

Требования к докладам. Объем – не менее 10 страниц. Работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении раскрываются научная и практическая значимость представленной темы, степень ее изученности, цели и задачи, которые ставит перед собой автор сообщения. В основной части доклада (реферата) студент последовательно решает поставленные задачи, опираясь на выявленный фактический материал, теоретические разработки исследователей. В заключении необходимо сделать выводы, которые должны строго соответствовать содержанию работы, сформулированным целям и задачам, опираться на фактический материал, собранный автором. В конце доклада (реферата) обязательно приводятся примечания, а также библиографический список (не менее 6 наименований). Хронологические рамки рефератов должны охватывать период с 1990-х гг. XX в. до наших дней.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Базовая методика – лекции-беседы (предварительная подготовка студентов к лекции в форме чтения материалов по теме и обсуждение прочитанного во время лекции). Возможно проведение практических занятий по типологическому анализу СМИ. В качестве текущего и промежуточного контроля может быть использовано тестирование и подготовка рефератов.

Формы текущего и промежуточного контроля: написание эссе, рефератов, контрольных работ, выступление на круглых столах; участие в работе на семинарах, устные и письменные опросы, тестирование.

Дисциплина оценивается в ходе экзамена. Экзамен принимается в форме собеседования, обязательны дополнительные вопросы по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме.

Результирующая оценка слагается из следующих составляющих:

- активное участие в семинарских и практических занятиях;
- посещение лекций;
- написание письменных работ по заданной теме (эссе, рефераты, рецензии, публикации в газетах и журналах);
- результаты письменных и устных опросов.
- ответ во время экзамена.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.02. «Журналистика», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 8 июня 2017 г., № 524.

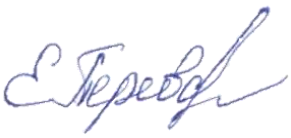
Программу составил:



к.ф.н., доцент В.В. Перевалов

Программа утверждена на заседании кафедры журналистики и массовых коммуникаций имени М.Ф. Ненашева

«21» июня 2021 г., протокол № 13.



Зав. кафедрой, к.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА

ОП (профиль): «Периодические издания и мультимедийная журналистика»

Форма обучения: очная, заочная

Профессиональные задачи следующих типов (В соответствии с ФГОС ВО)

- авторский;
- редакторский;
- проектный;
- организационный;
- социально-просветительский.

Кафедра: ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ имени М.Ф. НЕНАШЕВА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«СИСТЕМА СМИ»

Состав:
1. Показатели уровня сформированности компетенции
2. Перечень оценочных средств по дисциплине
3. Вопросы к экзамену
4. Форма экзаменационного билета
5. Тематика контрольных работ
6. Тематика рефератов

Составитель: В.В. Перевалов, к.ф.н., доц.

Москва, 2021 год

1. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общепрофессиональные компетенции:

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
Знать: - организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, - направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; - общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; – системные характеристики СМИ; – методику оценки информационного рынка на различных уровнях; – типологию печатных СМИ; – первичные и вторичные признаки издания;	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа	Рефераты, эссе, контрольные работы	<u>Базовый уровень:</u> Знать структуру медийного пространства России и мира. Понимать возможности и ограничения всех видов СМИ. Понимать аудиторные ограничения различных СМИ как по тематике, так и по форме подачи массовой информации. Владеть принципами синергетического повышения эффективности СМИ путем одновременной трансляции информации по различным СМИ. Знать конкурентные взаимоотношения в российских СМИ. Понимать и уметь использовать конкурентные преимущества различных СМИ. <u>Повышенный уровень:</u> Понимать и уверенно пользоваться возможностями различных СМИ. Знать и уметь создавать собственные СМИ, понимать преимущества и недостатки медиа-холдингов, уметь выстраивать творческие и профессиональные отношения с существующими медиа-холдингами и уметь создавать собственные медиа-холдинги. Уметь создавать конкурентные преимущества собственных СМИ.

– элементы концепции издания и этапы их разработки; – типологию электронных СМИ (радио, телевидение); – типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). ***Уметь:*** – определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; – выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. ***Владеть:*** - системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.			

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Контрольная работа (К/Р)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу, включая задания повышенной сложности	**Комплект контрольных заданий по вариантам**
2	Реферат (Р)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно- исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
Контролируемый результат обучения	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**ЭКЗАМЕН**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: - организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, - направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; - общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; – системные характеристики СМИ; – методику оценки информационного рынка на различных уровнях; – типологию печатных СМИ; – первичные и вторичные признаки издания; – элементы концепции издания и этапы их разработки; – типологию электронных СМИ	1-13 разделы	Студент не знает организацию системы СМИ в России, не понимает принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ; не знает общих отличительных черт различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; не владеет методикой оценки информационного рынка на различных уровня. Студент не умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.	Студент не полностью знает организацию системы СМИ в России, не полностью понимает принципы формирования системы СМИ, допускает грубые ошибки в процессе выявления общих и отличительных черт различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; не отличает первичные и вторичные признаки издания; не в состоянии выявить элементы концепции	Студент знает организацию системы СМИ в России, понимает принципы формирования системы СМИ, знает направления оптимизации системы; общие и отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-	Студент в совершенстве знает организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию

(радио, телевидение); – типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). ***Уметь:*** – определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; – выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. ***Владеть:*** - системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.		Студент не владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.	издания и этапы их разработки. Студент допускает грубые ошибки при определении информационной ниши издания, при оценке условий конкуренции; при выявлении характера взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.	издания, информационные агентства). Студент умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях. При этом допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений на нестандартные ситуации.	электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). Студент в совершенстве умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент свободно владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.

3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

<u>Вопросы для проверки уровня обученности (ЗНАТЬ):</u>

1. Организация системы СМИ в России и в мире.
2. Основные принципы формирования системы СМИ.
3. Системные характеристики СМИ.
4. Типология печатных СМИ России и мира.
5. Первичные и вторичные признаки масс-медийного издания.
6. Типология электронных СМИ (радио, телевидение).
7. Типология сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства).
8. СМИ как субъект и объект сферы коммуникативно-информационных отношений общества.
9. Организованность и дезорганизованность СМИ.
10. Социально-политическая ситуация в государстве и формирование аудиторных групп. Особенности различных аудиторных групп, специфика их потребностей как фактор формирования системы СМИ.
11. Основные типы универсальных по тематике изданий.
12. Структура специализированных (по тематике) СМИ.

13. Актуализация и деактуализация функций СМИ и отражение этих процессов в их структуре.
14. Социально-политические, информационные, аналитические, культурно-просветительные, развлекательные, организационно-коммуникативные и др. функции СМИ и их влияние на структуру массмедиа (по выбору).
15. Развитие электронных СМИ как ведущая тенденция современной медиасистемы.
16. Дигитализация и конвергенция СМИ.
17. Влияние форм собственности на структуру СМИ. Иностранный капитал в российских СМИ.
18. Инвестиционные и рекламные СМИ.
19. Влияние платежеспособного спроса населения на структуру СМИ (подписка, розница, абонентная плата и др.).
20. Процессы концентрации и монополизации в системе СМИ.
21. Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ.
22. Типоформирующие факторы СМИ.
23. Влияние на структуру СМИ характера аудитории, предметно-тематических и функционально-целевых характеристик.
24. Коммуникативные функции субъектов социальной деятельности как фактор структурирования СМИ.
25. Дигитализированные и аналоговые модели СМИ.
26. Газета как тип издания.
27. Еженедельник и ежедневная газета: общее и особенное.
28. Основные тенденции развития современной газетной периодики.
29. Общеполитические и специализированные газеты.
30. Журнал как тип издания. Типологическая структура журналов в условиях становления информационного общества.
31. Деловая и корпоративная периодика (по выбору).
32. Системные качества телевидения и радиовещания.
33. Дифференциация телевидения по характеру аудитории: общероссийское, региональное, местное.
34. Предметно-тематическая дифференциация телеканалов: универсальные и специализированные.
35. Дифференциация телеканалов по целевому назначению: информационное, аналитические (расследовательское), развлекательное и др.
36. Дифференциация телевидения по способу трансляции: эфирное, спутниковое, кабельное, кассетное.
37. Дифференциация телевидения по формам собственности и способам финансирования.
38. Радиовещание в структуре СМИ. Трансформация системы государственного радиовещания.
39. Развитие сети коммерческих радиостанций.
40. Дифференциация радиостанций по характеру аудитории, функциональным характеристикам, тематической специализации.
41. СМИ среди видов социальной коммуникации в Интернете.
42. Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Типы Интернет-СМИ, дифференциация по тематике, целевому назначению, характеру аудитории.
43. «Старые» СМИ в новой медийной среде.
44. Конвергенция и Интернет-СМИ. Принципы работы конвергентной редакции.
45. Особенности контента интернет-СМИ.
46. Гражданские медиа.
47. Типы информационных агентств и специфика подготовки их продукции. Универсальные и специализированные общероссийские агентства.

48. Рекламные агентства, агентства по связям с общественностью, пресс-службы и пресс-центры в массовом информационном процессе.

Вопросы для проверки уровня обученности (УМЕТЬ):

1. Определить информационную нишу издания (издание по выбору преподавателя)
2. Оценить условия конкуренции для данного типа изданий в России и мире.
3. Выявить характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.
4. Определить свойства медиа-холдинга. Выявить управляющую компанию и указать иерархию изданий в этом холдинге.
5. Разработать типологию нового издания с учётом текущей ситуации на рынке.
6. Определить основные типологические черты нового медиа-холдинга.
7. Назвать типологические признаки массовых и качественных изданий. Ответ обосновать.
8. Назвать типологические признаки литературных, художественных, литературно-художественных, художественно-публицистических СМИ. Ответ обосновать.
9. Назвать типологические признаки научных, научно-практических, научно-технических, научно-производственных, научно-популярных, научно-методических, научно-образовательных СМИ. Ответ обосновать.
10. Назвать типологические признаки технических, производственно-технических, производственных, торговых, рекламных СМИ. Ответ обосновать.

Вопросы для проверки уровня обученности (ВЛАДЕТЬ):

1. Как использовать системный подход для определения типологии СМИ?
2. Провести типологический анализ СМИ (издание – по выбору преподавателя)
3. Охарактеризовать этапы создания нового СМИ с учётом текущей ситуации на медиа-рынке
4. На конкретных примерах показать, как использовать в профессиональных целях различные методики определения типологии СМИ
5. Разработать схему конкурентных преимуществ нового СМИ.
6. Назвать и охарактеризовать элементы концепции издания и этапы их разработки.
7. Охарактеризовать основные направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики.
8. Назвать и обосновать общие и отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций.
9. Охарактеризовать процессы становления информационного общества и их воздействие на систему СМИ.
10. Охарактеризовать экономическое и политическое реформирование общества и тенденции структурной трансформации СМИ.
11. Охарактеризовать развитие современных информационных и коммуникационных технологий и перспективы преобразования системы СМИ.

4. ФОРМА ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)
Высшая школа печати и медиаиндустрии

Институт Издательского дела и журналистики Кафедра ЖиМК им. М.Ф. Ненашева
Дисциплина Система СМИ
Направление подготовки (специальность) 42.03.02 Журналистика
Курс 4, группа 4-1, 4-2, 4-3, форма обучения очная, заочная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1.

1. Деловая и корпоративная периодика
2. Определить свойства медиа-холдинга. Выявить управляющую компанию и указать иерархию изданий в этом холдинге.
3. На конкретных примерах показать, как использовать в профессиональных целях различные методики определения типологии СМИ

Утверждено на заседании кафедры ЖиМК «___» _____ 20__ г., протокол № __.
Зав. кафедрой _____ /_____/

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
Контролируемый результат обучения	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**

Знать: - организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, - направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; - общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; – системные характеристики СМИ; – методику оценки информационного рынка на различных уровнях; – типологию печатных СМИ; – первичные и вторичные признаки издания; – элементы концепции издания и этапы их разработки; – типологию электронных СМИ (радио, телевидение); – типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). ***Уметь:*** – определять информационную нишу издания,	1-13 разделы	Студент не знает организацию системы СМИ в России, не понимает принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ; не знает общих отличительных черт различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; не владеет методикой оценки информационного рынка на различных уровня. Студент не умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент не владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.	Студент не полностью знает организацию системы СМИ в России, не полностью понимает принципы формирования системы СМИ, допускает грубые ошибки в процессе выявления общих и отличительных черт различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; не отличает первичные и вторичные признаки издания; не в состоянии выявить элементы концепции издания и этапы их разработки. Студент допускает грубые ошибки при определении информационной ниши издания, при	Студент знает организацию системы СМИ в России, понимает принципы формирования системы СМИ, знает направления оптимизации системы; общие и отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). Студент умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции;	Студент в совершенстве знает организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). Студент в совершенстве

оценивать условия конкуренции; – выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. ***Владеть:*** - системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.			оценке условий конкуренции; при выявлении характера взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.	выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях. При этом допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений на нестандартные ситуации.	умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент свободно владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.

5. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Примерные темы для контрольной работы № 1:

Общественно-политические газеты РФ и информационно-аналитические российские журналы,

СМИ деловой направленности.

Тематическая и аудиторная специализация российских печатных СМИ.

Печатные СМИ Москвы и Московской области.

Районные (городские) газеты Московской области.

Примерные темы для контрольной работы № 2:

Тематическая и аудиторная специализация радиостанций России.

Региональный рынок радио. Холдинги, объем аудитории, тенденции развития московских радиостанций.

Радио в Интернете: варианты представленности. Подкасты.

Примерные темы для контрольной работы № 3:

Эфирные телеканалы РФ.

Их аудиторные ниши и показатели.

Обзор эфирных телеканалов и их содержательное своеобразие.

Конвергенция и Мультимедийность в Интернет СМИ.

Сюжетность Интернет-СМИ.

Самые посещаемые ресурсы: причины успеха.

Интеграция в интернет-пространство «традиционных медиа».

Примерные темы контрольной работы № 4:

Анализ прессы: письменная работа объемом не менее 3 страниц машинописного текста. Источники: не менее 3 номеров ежедневного или еженедельного отечественного издания.

Работа должна быть посвящена анализу особенностей издания, включающему:

- определение основных рубрик издания (составление их перечня),
- анализ общего объема событийной информации,
- анализ источников событийной информации (информационные агентства, корреспонденты и пр.) с составлением их списка и подсчетом доли материалов (в %), полученных из каждого источника,
- анализ общего объема аналитических материалов,
- анализ жанров аналитических материалов
- подсчет общего объема иллюстративного материала,
- подсчет общего объема рекламных материалов
- типологическая характеристика издания на основании проведенного исследования.

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования					
Контролируемый результат обучения	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**РЕФЕРАТЫ**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: - организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, - направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; - общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций;	1-13 разделы	Студент не знает организацию системы СМИ в России, не понимает принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ; не знает общих отличительных черт различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; не владеет методикой оценки	Студент не полностью знает организацию системы СМИ в России, не полностью понимает принципы формирования системы СМИ, допускает грубые ошибки в процессе выявления общих и отличительны х черт различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологически х признаков, принципов разработки концепций; системные	Студент знает организацию системы СМИ в России, понимает принципы формирования системы СМИ, знает направления оптимизации системы; общие и отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационно	Студент в совершенстве знает организацию системы СМИ в России, понимать принципы формирования системы СМИ, направления оптимизации системы СМИ с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики; общие отличительные черты различных средств массовой информации, их видов и типов, базовых типологических признаков, принципов разработки

– системные характеристики СМИ; – методику оценки информационного рынка на различных уровнях; – типологию печатных СМИ; – первичные и вторичные признаки издания; – элементы концепции издания и этапы их разработки; – типологию электронных СМИ (радио, телевидение); – типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). ***Уметь:*** – определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; – выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. ***Владеть:*** - системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.		информационного рынка на различных уровня. Студент не умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент не владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.	характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; не отличает первичные и вторичные признаки издания; не в состоянии выявить элементы концепции издания и этапы их разработки. Студент допускает грубые ошибки при определении информационной ниши издания, при оценке условий конкуренции; при выявлении характера взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы.	го рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). Студент умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях. При этом допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений на нестандартные ситуации.	концепций; системные характеристики СМИ; методику оценки информационного рынка на различных уровнях; типологию печатных СМИ; первичные и вторичные признаки издания; элементы концепции издания и этапы их разработки; типологию электронных СМИ (радио, телевидение); типологию сетевых СМИ (Интернет-издания, информационные агентства). Студент в совершенстве умеет определять информационную нишу издания, оценивать условия конкуренции; выявлять характер взаимодействия СМИ с другими СМИ этой же типологической группы. Студент свободно владеет системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.

6. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Система средств массовой информации России
2. Система средств массовой информации отдельного региона (республики, области, города, района).
3. Типологические особенности газеты (общероссийской, областной, городской, районной – на примере конкретных изданий).
4. Типологические особенности журнала (общественно-политического, экономического, отраслевого, научного или др. – на примере конкретного издания).
5. Тип и профиль различных групп печатных СМИ (мужских, женских, о здоровом образе жизни, спортивных и др.).
6. Особенности анализа рынка печатных СМИ России и выделение нового сегмента (на примере конкретного типа печатного СМИ)
7. Влияние ИКТ на типологическую структуру СМИ
8. Типологические характеристики отдельного информационного агентства
9. Типологические характеристики группы информационных агентств (экономических, социальных и др.).
10. Тенденции развития газетной периодики России (на основе статистических данных)
11. Тенденции развития журнальной периодики России (на основе статистических данных).
12. Особенности регионализации средств массовой информации России.
13. Новостная журналистика как коммуникативная система.
14. Соотношение местной и общероссийской информации в локальных (региональных) СМИ.
15. Роль районных (городских, областных, республиканских, региональных) СМИ в процессах местного самоуправления.
16. Местное СМИ. Формы взаимодействия с властными структурами.
17. Массовые публицистические издания.
18. Качественные издания.
19. Художественные и художественно-публицистические издания.
20. Аналитические журналы: типологические и профильные особенности.
21. Культурно-просветительные печатные СМИ: общее и особенное.
22. Система развлекательных СМИ: тенденции развития.
23. Наука как фактор типологической дифференциации СМИ.
24. Характер развития образовательных изданий и программ.
25. СМИ политических партий и движений.
26. Газета и журнал как типы изданий.
27. СМИ этнических общностей: типологические и профильные особенности.
28. Деловые и корпоративные СМИ: общее и особенное.
29. Молодежные СМИ и проблемы медиаобразования новых поколений.
30. Религиозные средства массовой информации: типологические характеристики.
31. Особенности печати (телевидения, радиовещания, интернет-изданий) как средства массовой информации.
32. Политический дискурс в общероссийской качественной прессе.
33. Субъектность и объектность СМИ в политическом пространстве.
34. Типология массовой прессы.
35. Публичная политика и СМИ.
36. Сравнительный анализ политической проблематики в журналах «Власть», «Эксперт», «Профиль», «Форбс».
37. Политическая система как фактор позиционирования СМИ.