Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 15:16:02
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b348

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

Факультет издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан

_____/Е.Л. Хохлогорская/

«_26_» _февраля_2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ СМИ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профили
Мультимедийная журналистика и цифровое продюсирование,
Корпоративные медиа и бренд-журналистика

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная

Москва, 2026 г.

Разработчик:

К.ф.н., доцент кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /В.В. Перевалов/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
к.с.н., доцент /Л.Г. Толчинский/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Теория медиа» – сформировать у будущих журналистов владение общими закономерностями и принципами функционирования медиа как фундаментальным, базовым знанием, определяющим последующее освоение данной профессии.

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

– сформировать понимание роли медиа в демократическом обществе как одного из важнейших социальных институтов,

– изучить спектр функций медиа и журналистики,

– освоить особенности массовой информации и массово-информационной деятельности в контексте потребностей общества и интересов аудитории.

Обучение по дисциплине «Теория медиа» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИОПК-2.2 Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИОПК-7.2 Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» Б1.1.21.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Введение в профессию», «Основы медиакоммуникаций и цифрового продюсирования», «Современные медиасистемы», Профессионально-ознакомительная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	4 семестр
	Аудиторные занятия	**36**	54
	В том числе:		
1	Лекции	18	18
2	Семинарские/практические занятия	18	18
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	**36**	36
	В том числе:		
1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	36	36
	Промежуточная аттестация		
	Зачёт	**-**	-
	Итого	**72**	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Понятие об эффективности деятельности СМИ. История развития понятия и технологий оценки	8	2	2	-	-	4
2	Тема 2. Моделирование взаимосвязей в обеспечении эффективности деятельности в медиа	8	2	2	-	-	4
3	Тема 3. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа. Значение показателей в процессе анализа.	8	2	2	-	-	4
4	Тема 4. Анализ эффективности деятельности СМИ.	8	2	2	-	-	4

5	Тема 5. Нормативное обеспечение анализа эффективности деятельности	8	2	2	-	-	6
6	Тема 6. Методы анализа.	8	2	2	-	-	4
7	Тема 7. Показатели эффективности деятельности в медиа	8	2	2	-	-	4
8	Тема 8. Новейшие технологии массовой коммуникации	8	2	2	-	-	4
9	Тема 9. Творческий аспект повышения эффективности масс медиа	8	2	2	-	-	4
	Зачёт						-
	Итого	**72**	**18**	**18**			**36**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие об эффективности деятельности СМИ.

История развития понятия и технологий оценки

История развития оценок деятельности СМИ:пПражурналистские явления. Возникновение журналистики. Учёт массово-информационной природы медиа и медиа и специфики массовой информации, ее базовых характеристик.

Тема 2. Моделирование взаимосвязей в обеспечении эффективности деятельности в медиа

Понятие функции применительно к журналистике и СМИ. Система функций медиа, постановка целей и задач их деятельности в соответствии с потребностями и интересами аудитории. Корпус методик оценки реализации функций медиа. Понимание зависимости характера функционирования медиа от понимания функций и их содержательного осмысления

Тема 3. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа.

Ранжирование систем показателей в процессе анализа деятельности СМИ.

Тема 4. Анализ эффективности деятельности СМИ

Социально-творческие факторы успешности деятельности СМИ. (свобода - необходимость - ответственность). Оценка юридического обеспечения эффективности деятельности СМИ. Анализ эффективности СМИ в переходный период развития общества.

Тема 5. Нормативное обеспечение анализа эффективности деятельности

Правовое поле современных медиа. Законодательные нормы, регулирующие его деятельность. Информационный порядок в демократическом, гуманистически ориентированном обществе.

Тема 6. Методы анализа

Корпус социологических, аудиторных, юридических, финансовых методов анализа успешности деятельности СМИ.

Тема 7. Показатели эффективности деятельности в медиа

Общие закономерности в деятельности успешных СМИ. Коррекция деятельности СМИ в зависимости от изменений градации социальных индикаторов.

Тема 8. Новейшие технологии массовой коммуникации

Результативность деятельности медиа в зависимости от применяемых технологий массовой коммуникации. Анализ возможного повышения эффективности СМИ в зависимости от применения новых технологий.

Тема 9. Творческий аспект повышения эффективности масс медиа

Привлечение лидеров общественного мнения к работе со СМИ. Анализ всех аспектов привлечения ЛОМов к публикациям в СМИ.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

Семинар 1. Историческое развитие понятия эффективности деятельности СМИ.
Семинар 2. Моделирование медиа
Семинар 3. Системная оценка
Семинар 4. Анализ эффективности журналистской деятельности
Семинар 5. Нормативное обеспечение эффективности СМИ
Семинар 6. Метода анализа эффективности медиа
Семинар 7. Медиа как область творческой деятельности
Семинар 8. Технологическое обеспечение действенности и эффективности медиа
Семинар 9. Творческий фактор в масс медиа

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

1. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л.Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 с.

2. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Д.Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с.

3. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство / С. Кингснорт. –М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с.

4. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.

5. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство / А.Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.

6. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.

7. Соболева, Л. Феномен «Инстаграма». 2.0. Все новые фишки / Л. Соболева. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.

8. Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.

4.2. Дополнительная литература:

1. Абаев, А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник [Текст] / Под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – М.: Дашков и К°, 2019. – 433 с.

2. Агафонов, А. Сетевой маркетинг. Система рекрутирования в Интернете [Текст] / А. Агафонов. – М.: Омега-Л, 2019. – 128 с.

3. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах [Текст] / И. Ашманов. – СПб.:Питер, 2019. – 512 с.10

4. Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж [Текст] / А. Банкин. – Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 272 с.

5. Барышев, А.В. Интернет для b-2-b-маркетинга: новый канал сбыта и эффективное средство коммуникаций [Текст] / А.В Барышев // Индустриальный и b2b маркетинг. – 2018. – № 3. – С.60-67.

6. Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2018. – 120 с.

7. Бобылева, Т.И. Мобильный интернет для бизнеса [Текст] / Т.И. Бобылева, Е.С. Кулькова // Инновационное развитие экономики. Будущее России: Материалы и доклады II региональной научно-практической конференции. – 2018. – С. 7-11.

8. Вандербильт, Т. ЦА. Как найти свою целевую аудиторию и стать для неё магнитом [Текст] / Т. Вандербильт. – М.: Бомбора, 2019. – 304 с.

9. Вертайм, К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий [Текст] / К. Вертайм, Я. Фенвик. – М.: Юрайт : Альпина Паблишер, 2017. – 374 с.

10. Винарский, Я.С. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие [Текст] / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – М.: Инфра-М, 2017. – 304 с.

11. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е. П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.

12. Горбунова, О.Н. Создание интернет-ресурса как одна из форм информатизации бизнеса [Текст] / О.Н. Горбунова, Э.Н. Юнкова, Д.А. Андреев // Синергия Наук. – 2018. – № 20. – С. 236-246.

13. Дисимбаева, Н.В. Перспективы Instagram для интернет-бизнеса [Текст] / Н.В. Дисимбаева, А.Б. Губашева // Student research: в 2 ч.. – 2018. – С. 124-126.

14. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / В.Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 411 с.

15. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие [Текст] / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

16. Загребельный, Г. Performance-маркетинг.Заставьте интернет работать на вас [Текст] / Г. Загребельный. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 270 с.

17. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта [Текст] / Д. Заррелла. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.

18. Зеркалий, Н.Г. Использование новых маркетинговых концепций для формирования инструментария современного менеджмента [Текст] / Н.Г. Зеркалий // Менеджмент в России и за рубежом. – 2018. – № 6. – С. 3-11.

19. Ильин, Н.П. Повышение эффективности процедур интернет бизнеса [Текст] / Н.П. Ильин // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2019. – № 45. – С. 172-176.

20. Каплунов, Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете [Текст] / Д. Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 384 с.

21. Коваленко, А.Е. К вопросу о классификации методов интернет-маркетинга для бизнеса [Текст] / А.Е. Коваленко, В.М. Каточков // Маркетинг и брендинг: вызовы XXI века Материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск Л. М. Капустина. – 2017. – С. 81-86.

22. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум [Текст] / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2019. – 486 с. 11

23. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебник [Текст] / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 595 с.

24. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс[Текст] / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 496 с.

25. Леденёва, М.В. Оценка важности каналов продвижения бизнеса в интернете [Текст] / М.В. Леденёва, Л.В. Шамрай-Курбатова, А.А. Гузенко // Бизнес. Образование. Право. – 2018. – № 1 (42). – С. 46-48.

26. Манелова, Д. Как зарабатывают в Instagram [Текст] / Д. Манелова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 218 с.

27. Манн, И. Маркетинг без бюджета 50 работающих инструментов [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 288 с.

28. Манн, И. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.

29. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум [Текст] / Скоробогатых И.И. под общ. ред., Ефимова Д.М. под общ. ред., Гринева О.О. и др. – М.: КноРус, 2019. – 570 с.

30. Моуат, Д. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство [Текст] / Д. Моуат. – : Альпина Паблишер, 2019. – 402 с.

31. Назайкин, А.Н. Современное медиапланирование: учебное пособие [Текст] / А.Н. Назайкин. – Серия: Академия рекламы. 4-е изд., доп. – М.: Солон-Пресс, 2019. – 447 с.

32. Роулс, Д. Мобильный маркетинг. Мобильные технологии – революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе [Текст] / Д. Роулс. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 296 с.

33. Снегирев, А.Н. Интернет-сайт как эффективный инструмент для достижения стратегических целей компании/ А.Н. Снегирев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2017. – № 2. – С. 138-146.

34. Соболев Н., Жуковский К., Назарчук Р. YOU Tube: путь к успеху [Текст]. – М.: АСТ, 2019. – 384 с.

35. Трубецкой, К.С. Интернет-магазин как новая технология организации бизнеса [Текст] / К.С. Трубецкой // Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы Сборник научных трудов национальной научно-практической конференции. Под редакцией Л.И. Малявкиной. – 2018. – С. 211-216.

4.3 Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Основы теории журналистики»
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=708

4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
4. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

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.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Лекционный курс строится на тесной взаимосвязи научных представлений с современной практикой медиа. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных медиа. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии, готовятся рефераты по основным темам курса.

Темы семинаров построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов. Рекомендуется на семинарах прослушивать доклады проблемного характера. Желательно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными медиа.

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.

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.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

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.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся 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 проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки.

По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка по четырехбалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлеторительно»).

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если учащийся показывает полное и уверенное знание по основным понятиям теории журналистики, уверенно осознает и активно выражает понимание значения теории для оптимизации функционирования медиа и журналистской деятельности, уверенно выражает готовность и желание узнавать отечественные и зарубежные концепции массовой информации и коммуникации, понимает особенности организации информационного пространства страны и мира, понимает роль медиа в демократическом обществе как важнейшего социального института. Показывает активное умение использовать теоретические знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы. Свободно и уверенно владеет методами анализа современной редакционной практики медиа.

Студент понимает взаимосвязь свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста, активно использует эти знания. Отлично знает и активно на практике показывает стремление узнавать базовые характеристики массовой информации. Понимает обусловленность базовых характеристик массовой информации потребностям и интересам аудитории, показывает практическое умение применять полученные теоретические и практические знания.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если обучающийся понимает значение теории для оптимизации функционирования медиа и журналистской деятельности, знает отечественные и зарубежные концепции массовой информации и коммуникации, в целом понимает особенности организации информационного пространства страны и мира, понимает роль медиа в демократическом обществе как важнейшего социального института. Умеет использовать теоретические знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы. Владеет готовыми методами анализа современной редакционной практики медиа. Однако при этом допускаются незначительные ошибки и неточности.

Студент показывает достаточно полное понимание и готовность воспроизводить предлагаемое преподавателем понимание взаимосвязи свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста. Осознает важность проблем информационной безопасности общества. Знает базовые характеристики массовой информации, понимает их обусловленность потребностями и интересами аудитории.

Студент показывает умение применять полученные теоретические и практические знания по сущности журналистской профессии, по знанию ее базовых характеристик, по формированию качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций, способность применять теоретические и практические знания по сущности журналистской профессии, по знанию ее базовых характеристик, по формированию качеств личности для формирования профессиональных журналистских умений. Однако при этом допускаются незначительные ошибки, недостаточное умение перенести теоретические знания на практическую основу.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент показывает неполное знание по основным понятиям теории журналистики, не показывает уверенного понимания значения теории для оптимизации функционирования медиа и журналистской деятельности, допускает значительные ошибки при характеристике отечественных и зарубежных концепций массовой информации и коммуникации, недостаточно понимает особенности организации информационного пространства страны и мира, не понимает роль медиа в демократическом обществе как важнейшего социального института. Неуверенно

использует теоретические знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы. Неуверенно владеет методами анализа современной редакционной практики медиа.

Студент не осознает важность проблем информационной безопасности общества. Неуверенно называет базовые характеристики массовой информации, не полностью понимает обусловленность базовых характеристик массовой информации потребностям и интересам аудитории.

Студент показывает неполное умение применять полученные теоретические и практические знания по сущности журналистской профессии, по знанию ее базовых характеристик, по формированию качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если обучающийся показывает полное незнание по основным понятиям теории журналистики, не понимает значение теории для оптимизации функционирования медиа и журналистской деятельности, не знает отечественные и зарубежные концепции массовой информации и коммуникации, не понимает особенностей организации информационного пространства страны и мира, не понимает роль медиа в демократическом обществе как важнейшего социального института. Не умеет использовать теоретические знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы. Не владеет методами анализа современной редакционной практики медиа.

Студент демонстрирует непонимание взаимосвязи свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста. Не осознает важности проблем информационной безопасности общества, не знает базовые характеристики массовой информации. Не понимает обусловленности базовых характеристик массовой информации потребностями и интересами аудитории, показывает неумение применять полученные теоретические знания и практические знания по сущности журналистской профессии.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Современные тенденции мировой журналистики.
2. Назначение медиа в правовом демократическом обществе.
3. Почему в нормальном обществе медиа становятся социально-ответственными?
4. Медиа для читателя или читатель для медиа?
5. Исторические и национальные модели журналистики.
6. Журналист и его аудитория: проблема взаимодействия.
7. Четыре теории прессы и их критика.
8. Типология и система медиа
9. Понятие функции применительно к журналистике.
10. Массово-информационная природа журналистики.
11. Социальная позиция и принципы журналистской деятельности.
12. Социально-творческие факторы свободы медиа (свобода-необходимость - ответственность).
13. Экономические условия и факторы свободы медиа.
14. Юридическая сторона свобода журналистики.
15. Инфраструктура средств массовой информации.
16. Структура средств массовой информации.
17. Результативность журналистики и ее формы.
18. Действенность журналистики и пути ее повышения.
19. Проблема эффективности как результативность контактов с аудиторией.

7.3.2. Промежуточная аттестация (зачет)

Осуществляется по факту выполнения всех учебно-практических заданий курса