Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.06.2026 17:57:30
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b348

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

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СМИ РОССИИ

Направление подготовки/специальность
42.04.02 Журналистика

Профили
Медиакоммуникации в креативных индустриях

Квалификация
магистр

Формы обучения
очно-заочная

Москва, 2025 г.

Разработчик:

Ст.преп. кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /Н.Ю. Прыгина/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,

д.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

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 – изучить системные закономерности средств массовой информации и механизмы их регулирования, а также процессы дифференциации и интеграции журналистской деятельности, организации и самоорганизации медиасистемы.

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

- формирование знаний о системе средств массовой информации отечественного постсоветского пространства как о сложноорганизованной структуре;
- развитие представления о деятельности СМИ в экономическом, политическом, социальном и технологическом аспектах формирование представления о характере регулирования массовой информации в печати, радиовещании, на телевидении и в других СМИ, о качественных особенностях этих структурных медийных образований, современных типологических моделях различных средств массовой информации;
- систематизации знаний о СМИ постсоветской России на основе единой типологии и с помощью нелинейного принципа;
- вырабатывание видения процессов становления и развития, актуальных проблем и достижений российского медиарынка на современном этапе, его роли в мировом медиапространстве;
- привитие навыков анализа существующих в России моделей медиаорганизаций с целью их системного изучения и эффективного использования;
- понимание места и роли области деятельности выпускника в современной российской системе СМИ, понимание законов современного рынка СМИ;
- способность к эффективному поиску информации и ее анализу и переработке.

Обучение по дисциплине направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта. ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов.
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной

	стратегии сотрудничества. ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов. ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды.
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ИОПК-4.2 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Тенденции развития мирровой медиаиндустрии, Новые медиа, Креативные индустрии и креативный бизнес; Креативный медиапроект: планирование и управление, Разработка концепции мультимедийного СМИ, Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	2 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36
	В том числе:		
11	Лекции	18	18
12	Семинарские/практические занятия	18	18
13	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**72**	72
	В том числе:		
21	Выполнение контрольных работ	32	32
22	Подготовка к докладам, сообщениям	40	40
3	**Промежуточная аттестация**		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**144**	144

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очно-заочная форма обучения

/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение в дисциплину. Системный подход к изучению СМИ.	12	2	2	-	-	8
2	Тема 2. СМИ как ключевой компонент российской медиасистемы. Типология СМИ на основе нелинейного принципа	12	2	2	-	-	8
3	Тема 3. Коммерческие СМИ	12	2	2	-	-	8
4	Тема 4. Обслуживающие СМИ	12	2	2	-	-	8
5	Тема 5. Информальные СМИ	12	2	2	-	-	8
6	Тема 6. Рекламные СМИ	12	2	2	-	-	8
7	Тема 7. Учебные и общественные СМИ	12	2	2	-	-	8
8	Тема 8. Российские медиахолдинги	12	2	2	-	-	8
9	Тема 9. Мировые бренды и отечественные СМИ	12	2	2	-	-	8
	Экзамен	36					36
	Итого	**144**	**18**	**18**			**108**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину. Системный подход к изучению СМИ.

Понятие системного подхода. Признаки медиасистемы: компоненты числом более 2-х, их взаимодействие, системное качество. Средства массовой информации как элемент медиасистемы.

Тема 2. СМИ как ключевой компонент российской медиасистемы. Типология СМИ на основе нелинейного принципа

Процессы глобализации, коммерциализации, монополизации, визуализации, демассификации, конвергенции, виртуализации, дегуманизации и др. в отечественных средствах массовой информации XXI века. Смена вещательной модели на партнерскую. Конвергенция СМИ. Изменение роли и функций журналиста и аудитории.

Тема 3. Коммерческие СМИ

Качественные коммерческие СМИ: газета КоммерсантЪ, журналы КоммерсантЪ-Власть, Коммерсантъ-Деньги, Огонек, Секрет фирмы, Автопилот, КоммерсантЪ Weekend, Коммерсант BusinessGuide, Радиостанция КоммерсантЪ FM, телеканал КоммерсантЪ, цифровое СМИ kommersant.ru, а также тематические приложения, региональные выпуски. Другие качественные СМИ в секторе печати - газета «Ведомости», Российская бизнес-газета, «РБК Daily», журнал «РБК», журнал «ИТОГИ», газета «Трибуна», в секторе радио - «Европа плюс», «Эхо Москвы», и др. Качественные СМИ в секторе телевидения – «РБК ТВ» и др. Качественные цифровые СМИ: rbcdaily.ru,: rbc.ru, top.rbc.ru.

Тема 4. Обслуживающие СМИ

Обслуживающие государственные газеты: «Известия», «Российская газета» и др. В секторе электронных СМИ: телевидение –телеканал «Первый канал», телеканал «Россия1», «Россия 2», «Россия К», «Россия 24», «Пятый канал –Петербург» и др.; радиостанции «Радио России», «Маяк», «Радио Культура», «Вести FM» и др. Обслуживающие государственные цифровые СМИ: 1tv.ru, rusnovosti.ru, 5-tv.ru, rg.ru, vesti.ru, strana.ru, smi.ru, izvestia.ru и др.

Тема 5. Информальные СМИ

Информальные медиа как самодеятельные. Гражданские самодеятельные СМИ. Блогосфера, в т.ч. блоги профессиональных журналистов. Персональные странички в социальных сетях как информальные медиа.

Тема 6. Рекламные СМИ

Рекламные СМИ как переходные между коммерческими и обслуживающими.

Тема 7. Учебные и общественные СМИ

Учебные СМИ как переходные между информальными и обслуживающими, общественные СМИ как переходные между коммерческими и информальными.

Тема 8. Российские медиахолдинги

Отечественные медиахолдинги как феномен. Медиахолдинги как собственность Информационно-промышленных концернов. Холдинги: «КоммерсантЪ», «Газпром-Медиа Холдинг», «News Media», «Комсомольская правда», «Национальная Медиа Группа», ВГТРК, «РосБизнесКонсалтинг», «Проф-Медиа», «Дождь», «Московский комсомолец». ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА-Новости как медиахолдинги. Место российских ИА на международном информационном рынке.

Тема 9. Мировые бренды и отечественные СМИ

Медиахолдинг «Sanoma Independent Media» и его СМИ: Газета Ведомости,

The Moscow Times, The St. Petersburg Times, журналы Cosmopolitan, Esquire, Harvard Business Review, rb.ru и др. Медиахолдинг Axel Springer Russia и его издания: Forbes, forbes.ru, GEO, ComputerBild, Журнал ОК, Gala Биография, приложения GEO и др. «Ведомости» и Financial Tims (Англия) и Wall Street Journal (США). Глобальные газеты: Wall Street Journal, Financial Tims, USA Today,International Herald Tribune. Опыт мировых медиабрендов в практике отечественных масс медиа.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

Семинар 1. Системный подход к изучению СМИ
Семинар 2. СМИ как ключевой компонент российской медиасистемы. Типология СМИ на основе нелинейного принципа
Семинар 3. Коммерческие СМИ
Семинар 4. Обслуживающие СМИ
Семинар 5. Информальные СМИ
Семинар 6. Рекламные СМИ
Семинар 7. Учебные и общественные СМИ
Семинар 8. Российские медиахолдинги
Семинар 9. Мировые бренды и отечественные СМИ

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

Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России : учебное пособие для студентов вузов / Дзялошинский И.М.. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 312 с. — ISBN 978-5-7567-0890-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/80709.html (дата обращения: 02.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Медиасистема России : учебник для студентов вузов / Е.Л. Вартанова [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/104479.html (дата обращения: 02.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3.1. Дополнительная литература

Игнатова И.Б. Новые медиа: теория и практика : учебно-методическое пособие / Игнатова И.Б., Зубаркина Е.С., Землянский А.В.. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2022. — 96 с. — ISBN 978-5-4263-1095-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/130139.html (дата обращения: 03.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3 Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Тенденции и перспективы развития рынка СМИ России» https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=9290

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

Методика преподавания дисциплины «Тенденции и перспективы развития рынка СМИ России» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции с проблемным изложением, лекции-дискуссии.

Использование активных и интерактивных форм проведения занятий: дискуссии, круглые столы и др. Проведение социологического опроса по проблемам доверия общества к журналистике и журналистам. Презентация результатов опроса на практическом занятии. Занятия в форме пресс-конференции с приглашением экспертов в области социокультурных проблем. Предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Лекционный курс строится тесной взаимосвязи теории с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии.

Поощряется также работа студента с правовыми документами и нормами этики, сопоставления документов и их анализ.

Преподаватель консультирует студентов в отборе ситуаций из СМИ, выбранных для самостоятельного анализа.

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

На лекциях используются интерактивные формы работы: дискуссии, проблемные лекции; формирование умения применять разбираемые понятия для анализа практики СМИ с разных точек зрения.

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 СМИ.

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.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса.

В процессе самоподготовки студенту следует:

- изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;
- пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу.
- обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

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: обсуждение докладов и сообщений, подготовка, представление и обсуждение контрольных работ на семинарских занятия.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают примерную тематику докладов, сообщений, тематику контрольных работ, 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 «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если учащийся в полном объеме знает специфику современного медиарынка России; организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, понимает принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, знает методы их анализа и коррекции; принципы и методы создания медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, с опорой на опыт отечественной медиаиндустрии, важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики; аспекты взаимодействия с экспертами, представителями различных областей деятельности, с опорой на отечественный опыт. Студент знает характеристики и специфические особенности структуры СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру.

Умеет создавать медийные проекты повышенной сложности с учетом тенденций и перспектив развития рынка СМИ России; осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории, осуществлять взаимодействие с аудиторией с опорой на опыт отечественной медиаиндустрии, анализировать явления в современной глобальной медиасреде; исследовать систему СМИ России с учетом геополитических реалий.

Студент уверенно владеет системным подходом к современной журналистике; применяет полученные знания о развитии отечественной журналистики, использует принципы описания и классификационно-типологического анализа различных видов и типов СМИ с опорой на опыт отечественой медиаиндустрии. Владеет методами сравнительного анализа медиасистем разных видов; принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности с учетом опыта отечественной медиаиндустрии. В своей профессиональной деятельности опирается на знании современных медиасистем, их структуры, знание специфики российской национальной модели СМИ. Владеет методиками анализа тенденций и перспектив развития рынка СМИ России с целью создания медийных проектов повышенной сложности.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если учащийся знает специфику современного медиарынка России; организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, понимает принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, знает методы их анализа и коррекции; принципы и методы создания медиаконтента, с опорой на опыт отечественной

медиаиндустрии, важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики; аспекты взаимодействия с экспертами, представителями различных областей деятельности, с опорой на отечественный опыт. Студент знает характеристики и специфические особенности структуры СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру. При этом допускаются незначительные ошибки. Студент затрудняется перенести полученные знания и умения на новый нестандартные ситуации.

Умеет создавать медийные проекты с учетом тенденций и перспектив развития рынка СМИ России; осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории, осуществлять взаимодействие с аудиторией с опорой на опыт отечественной медиаиндустрии, анализировать явления в современной глобальной медиасреде; исследовать систему СМИ России с учетом геополитических реалий.

Студент владеет системным подходом к современной журналистике; применяет полученные знания о развитии отечественной журналистики, использует принципы описания и классификационно-типологического анализа различных видов и типов СМИ с опорой на опыт отечественой медиаиндустрии. Владеет методами сравнительного анализа медиасистем разных видов; принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности с учетом опыта отечественной медиаиндустрии. В своей профессиональной деятельности опирается на знании современных медиасистем, их структуры, знание специфики российской национальной модели СМИ. Владеет методиками анализа тенденций и перспектив развития рынка СМИ России с целью создания медийных проектов.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если учащийся не в полном объеме знает специфику современного медиарынка России; организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, не до конца понимает принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, затрудняется называть методы их анализа и коррекции; принципы и методы создания медиаконтента, с опорой на опыт отечественной медиаиндустрии, важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики.

Испытывает значительные затруднения в процессе взаимодействия с экспертами, представителями различных областей деятельности. Студент не полностью знает характеристики и специфические особенности структуры СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру. При этом допускаются значительные ошибки. Студент затрудняется перенести полученные знания и умения на стандартные ситуации.

Студент испытывает значительные затруднения в процессе создания медийных проектов и осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; с трудом осуществляет профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории, осуществлять взаимодействие с аудиторией, допускает существенные ошибки в процессе анализа явления в современной глобальной медиасреде и исследовании системы СМИ России.

Студент плохо владеет системным подходом к современной журналистике; затрудняется применять полученные знания о развитии отечественной журналистики, использовать принципы описания и классификационно-типологического анализа

различных видов и типов СМИ с опорой на опыт отечественой медиаиндустрии. Плохо владеет методами сравнительного анализа медиасистем разных видов; принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности с учетом опыта отечественной медиаиндустрии. В своей профессиональной деятельности затрудняется использовать знания современных медиасистем, их структуры, знание специфики российской национальной модели СМИ. В процессе анализа тенденций и перспектив развития рынка СМИ России с целью создания медийных проектов допускает ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если учащийся не знает специфику современного медиарынка России; организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, не понимает принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, не может назвать методы их анализа и коррекции; принципы и методы создания медиаконтента, важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики.

Студент не способен взаимодействовать с экспертами, представителями различных областей деятельности. Студент не знает характеристики и специфические особенности структуры СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру. При этом допускаются грубые ошибки. Студент не может перенести полученные знания и умения на стандартные ситуации.

Студент не умеет создавать медийные проекты и осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов; не может осуществляет профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории, осуществлять взаимодействие с аудиторией, допускает грубые ошибки в процессе анализа явления в современной глобальной медиасреде и исследовании системы СМИ России.

Студент не владеет системным подходом к современной журналистике; не умеет применять полученные знания о развитии отечественной журналистики, использовать принципы описания и классификационно-типологического анализа различных видов и типов СМИ с опорой на опыт отечественой медиаиндустрии. Не владеет методами сравнительного анализа медиасистем разных видов; принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности с учетом опыта отечественной медиаиндустрии. В своей профессиональной деятельности не способен использовать знания современных медиасистем, их структуры, знание специфики российской национальной модели СМИ. В процессе анализа тенденций и перспектив развития рынка СМИ России с целью создания медийных проектов допускает грубые ошибки.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Рыночные характеристики печатных и аудиовизуальных СМИ.
2. Типы рекламы в СМИ.
3. Медиапланирование. Данные об аудитории в медиапланировании.
4. Медиаизмерения: технологии проведения.
5. Понятие рейтинга. Формула определения рейтинга.
6. Конкуренция СМИ на рынке содержания, на рынке рекламы и на рынке свободного времени.

7. Рыночные характеристики печатных и аудиовизуальных СМИ.
8. Основные модели телевизионной индустрии.
9. Источники доходов в телевизионной индустрии.
10. Спутниковое ТВ. CNN - глобальная служба теленовостей.
11.Ведущие российские телекомпании.
12. Мировые тенденции в развитии СМИ. Понятия "монополизация", "глобализация".
13. Крупнейшие мировые информационные агентства.
14. Назвать основные форматы современных коммерческих радиостанций. Привести примеры.
15. "Массовая" и "качественная" пресса. Таблоиды.

Примерная тематика контрольных работ

Контрольная работа № 1

1. Возникновение журналистики. Пражурналистские явления.
2. Социальные, экономические и культурные факторы, способствовавшие появлению и развитию журналистики.
3. Медиаобразование сегодня. Актуальность медиакомпетентности.
4. Современная медиаструктура России.
5. Российские СМИ в Интернете.
6. Массовая информация - центральная категория журналистики. Характеристики массовой информации.
7. Общенаучная трактовка понятия "информация". Значение понятия "информация".
8. "Действующие силы" системы СМИ. Факторы формирования медиатекстов.
9. Функции журналистики. Социальные роли журналистики.
10. Система принципов журналистики. Принцип гуманизма.

Контрольная работа № 2

1. Четыре теории прессы: сравнительная характеристика.
2. Экономические условия и факторы свободы СМИ.
3. Российское законодательство о СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики.
4. Исторические типы (модели) журналистики.
5. Журналистика как "четвертая власть". Характер и пределы "властных полномочий" СМИ.
6. Журналистский текст и социальная действительность.
7. Структура и инфраструктура СМИ. Возможности различных типов СМИ.
8. Информационная политика. Факторы формирования информационной политики.
9. Эффективность журналистской практики. Проблема эффективности журналистики.
10. Понятие "аудитория". Параметры изучения аудитории СМИ.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Понятие системы СМИ. Признаки системности.
2. Тенденции развития средств массовой информации (глобализация, виртуализация, регионализация).
3. Типологическая структура современной прессы.
4. Особенности функционирования печати, телевидения и радиовещания в условиях информационного рынка.
5. Печатные СМИ: газеты, журналы: структурно-функциональные особенности.
6. Телевидение и радиовещание: структурно-функциональные особенности.
7. Информационные агентства и другие производители печатной, аудио- и видеопродукции.
8. Сетевые СМИ: структурно-функциональные особенности, многообразие форм.
9. Организационная структура конвергентной редакции.
10. Корпоративные издания в системе СМИ. Виды.
11. Специализированная пресса в системе СМИ: рекламные СМИ.
12. Аграрная пресса. Экологические периодические издания.
13. Религиозные СМИ.
14. Издания для женщин/мужчин (Гендерно-орентированные издания).
15. Детские и молодежные СМИ. Игровые журналы.
16. Региональная печать + национальная пресса: особенности функционирования.
17. Классификационные признаки СМИ, методика типологического анализа.
18. Формы организации информационных предприятий (издательские дома, группы, концерны, холдинги).