

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

учебно-методические материалы

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
филологического факультета
Амурского государственного
университета*

Составитель: Белозубова Н.И.

Теория и практика массовой информации: учебно-методические материалы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017

© Амурский государственный университет, 2017
© Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики, 2017
© Белозубова Н.И., составление

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

Предыстория журналистики. Общие представления о массовой информации

Дожурналистский опыт массовой коммуникации человечества. Развитие устных и письменных форм массовой информационной деятельности. Влияние социальных культурных, экономических и политических факторов, формирование регулярного процесса распространения торговой, коммерческой, культурной, научной, а также политической информации.

Социально-политические реформы общества и журналистики. Массовая информация на ранних этапах развития массовой коммуникации. Коммуникативная природа журналистики.

Развитие прессы в странах Европы и в России

Возникновение газет и журналов. Персональный журнализм. Процесс развития массовой прессы. Ежедневная политическая газета, ее роль в системе массовых коммуникаций, особенности издания. Отдел информации газеты.

Первая печатная газета в России «Ведомости». Характеристика ее информационной практики. Государственные и частные органы массовой информации. Опыт общественно-политической прессы в борьбе за демократию и прогрессивное развитие страны.

Состояние и основные тенденции развития прессы Российской империи в конце XIX - начале XX вв. Газетная журнальная периодика. Первая всероссийская выставка печатного дела и первый всероссийский съезд деятельности издательских и типографских фирм. Количественные и качественные характеристики прессы. Н.М. Лисовский – первый системный библиограф прессы России. Капитальный труд Николая Лисовского «Библиография русской периодической печати 1703-1900 гг.»

Социальный статус журналистов и издателей и положение печати. Содержание законодательных актов и опыт государственного регулирования деятельности прессы и информационных служб.

Видные российские издатели, редакторы, журналисты и предприниматели в сфере полиграфического, бумажного и издательского дела. Исследователи и политические деятели о сравнении отечественной прессы с западной. Журналистика как вид творчества в России. Творческие искания известных журналистов этого периода. Исследовательская и научная деятельность в сфере журналистики.

Понятие о системности и системном анализе. Система российской прессы. Пресса Петербурга и Москвы, положение и развитие газетно-журнального дела в губерниях. Пресса как вид предпринимательства. Издательская деятельность. Взаимоотношение журналистики с промышленным и финансовым капиталом. Правительственная пресса. Формы контроля правительства над средствами информации. Свобода слова и печати в монархической России.

Информационные службы

Возникновение телеграфных агентств во Франции, Германии, Великобритании, США и России. Создание в 1904 г. Санкт-Петербургского телеграфного агентства, предшественника ИТАР-ТАСС. СПбТА и мировые телеграфные агентства, СПбТА и российская пресса. Преобразовательская деятельность в сфере информационного дела. Особенности сбора, производства и распространения информации современным информационным (телеграфным) агентством.

Превращение телевидения в массовое средство информации. Творческая конкуренция между прессой, телевидением и радио в середине 50-х и в 80-е годы. Тема экономического реформаторства в средствах массовой информации. Журналистика в плену волюнтаризма и рецидивов культа личности. Идеи «шестидесятников» и СМИ. Анализ постановлений ЦК КПСС и правительства по вопросам массовой информации.

Создание негосударственной информационной службы — Агентства печати «Новости» в 1961 г., преобразование его в Российское информационное агентство «Новости». Деятельность агентства в 1991-2000 гг. Возникновение частного информационного агентства ИНТЕРФАКС,

его развитие, роль и место в современном информационном потоке. Пресс-центр МИД РФ, другие информационные службы. Система информации в России 90-х годов.

Состояние массовой информации и журналистики в России 90-х гг. XX в.

СМИ в условиях демократии и гласности. Возрождение в стране многопартийной печати. Концепция нового политического мышления и ее воздействие на прессу, радио и телевидение. Законы СССР и Российской Федерации о средствах массовой информации. Ведущие темы прессы Российской Федерации в период перестройки. СМИ и идеи рыночного хозяйства для России. Новые периодические издания, радиостанции и телеканалы на информационном рынке страны. Процесс репрофилирования российской прессы с 1991 г. Практика взаимодействия средств массовой информации и властных структур. Предпринимательская, официальная и партийная печать. Новые темы и научные направления в исследовательской практике по журналистике.

Профессиональная пресса на читательском рынке. Союз журналистов России.

Техническое перевооружение средств массовой информации, Интернет, особенности его информационной деятельности.

Система средств массовой информации РФ в начале XXI века

Основные тенденции формирования и функционирования рынка прессы, радиовещания и телевидения накануне 300-летия возникновения российской печати. Столичная и общенациональная пресса. Периферийная пресса, ТВ и радио. Закон «О свободе совести и религиозных организациях» и формирование института религиозной прессы.

Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Процесс массовой коммуникации и СМИ. Массовая информация как центральная категория журналистики. Понятия современной науки о журналистике. Информация, массовая информация, средства массовой информации, система отношений «журналист-аудитория». Журналистика как фактор социального управления. СМИ и власть. Политические функции СМИ, их обоснование. Социальное значение журналистики. Коммуникативная функция как функция журналистики. Взаимодействие функций. Журналистика, характер и пределы ее властных возможностей. Журналистика как социальный институт и как институт гражданского общества. СМИ в системе федерального, регионального и муниципального управления. Журналистика и политика. Информационная политика средств массовой информации. Политическая культура журналиста. Политический анализ в журналистике.

Журналистика как сфера научной деятельности

Научное творчество в сфере журналистики. Возникновение научных школ и создание научных центров по исследованию истории, теории и практики в области коммуникации. Успехи научно-исследовательской деятельности. Известные историки и теоретики в сфере журналистики, теории и практики массовой информации и коммуникации. Особенности развития научных школ в России, Европе

и Америке. Методы исследования журналистики, их эволюция. Проблемно-содержательный, структурный методы исследования в национальной и мировой практике. Социологические методы исследования СМИ. Метод контент-анализа применительно к СМИ. Методы сбора информации в журналистике. Источники информации. Применение исследований для анализа газетного рынка.

Средства массовой информации и рынок

Журналистская информация как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Редакция как производственное учреждение. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. Изучение информационного рынка.

Современный менеджмент и СМИ

Распространение периодического издания. Стратегия и география распространения. Политика распространения тиража: подписка, розница, оптовая продажа, бесплатное распространение.

Российская пресс-реклама

Особенности российской пресс-рекламы. Потребитель как основное звено рекламной коммуникации. Культура рекламной деятельности в СМИ. Пути совершенствования газетной рекламы. Рекламные приложения. Рекламный дизайн.

Коммуникационные кампании и мероприятия для СМИ

Коммуникационные кампании и мероприятия для СМИ. Цели, приёмы, методы проведения. Эффективность воздействия. Особенности пресс-конференции и брифинга.

Имиджевая реклама в СМИ

Имиджевая реклама: примеры, виды, цели и задачи.

4 семестр

Понятие о творчестве

Творческая сущность человека. Механизмы творчества. Критерии творчества. Сочетание репродуктивных и творческих элементов в деятельности человека. Творчество как высшая форма труда. Зарождение и развитие специализированных видов творчества. Основные формы организации творческой деятельности в развитом обществе: любительство и профессионализм. Их общие и отличительные черты. Журналистика как специализированная область творческой деятельности. Любительство и профессионализм в журналистике. Три ступени в развитии профессионала: обученность, умелость, мастерство. Основные задачи студента в процессе движения к профессионализму.

Произведения СМИ как особый тип текста. Идеино-тематические и структурно-композиционные особенности произведения СМИ.

Понятие темы журналистского произведения. Реальная конкретная ситуация и масштабная общественная проблема как компоненты темы. Уточнение понятий «факт», «ситуация», «проблема». Разновидности ситуаций, отражаемых журналистикой. Разновидности проблем, входящих в структуру темы журналистского произведения. Типы связи реальных конкретных ситуаций и масштабных проблем, проблемные и «непроблемные» журналистские материалы. Общее и особенное в тематическом решении материалов для периодической печати, радио и телевидения.

Понятие идеи журналистского произведения. Особенности идеи, обусловленные тем, что она адресуется человеку как социальному существу, склонному строить свое поведение на основе собственного решения. Единство «опорной» и «рабочей» идей в журналистском произведении. Направляющий характер «рабочей» идеи. Принципиальные различия между «рабочей» идеей журналистского материала и средствами манипулятивного воздействия на адресата информации. Социальная опасность пренебрежения этими различиями в практике печатной и электронной прессы. Варианты «рабочей» идеи, бытующие в современной отечественной журналистике.

Журналистика как область творческой деятельности

Редакторский, организаторский и авторский виды журналистской деятельности. Формы осуществления редакционной политики средствами массовой информации. Актуальность и оперативность как понятия, определяющие качества массовой информации. Научный, художественный и публицистический виды творчества и их презентация СМИ в повседневной практике.

Содержание и форма в публицистическом творчестве

ЭВС: факты, образы, нормативы. Особенности организации журналистского текста. Дитекст. Три типа связей: поверхностные, глубинные, метасвязи.

Понятие элементарных выразительных средств журналистики – «строительного материала» для воплощения темы и идеи журналистского произведения, для выражения журналистской информации. Фактологический ряд элементарных выразительных средств (ЭВС).

Текущая реальная действительность как источник фактов. Механизм «превращения» фактов действительности в факты текста. Функции факта в тексте. Виды фактов, используемых журналистикой. Профессиональные требования к фактологическому ряду журналистских произведений в печати, на радио и телевидении. Образный ряд элементарных выразительных средств. Прошлый опыт человечества, зафиксированный в культуре в образной форме, как источник данного ряда ЭВС. Разновидности образных ЭВС, их функции в журналистском произведении. Нормативный ряд элементарных выразительных средств. Установления общества, зафиксированные в культуре в логико-понятийной форме, как источник этого ряда ЭВС. Основные разновидности

нормативов, их функции в журналистском произведении. Профессиональные требования к образному и нормативному ряду ЭВС в материалах для печати, радио и телевидения. Понятие о средствах организации журналистского произведения. Композиция и монтаж как средства организации, их функциональные различия. Журналистский образ как средство организации текста. Природа журналистского образа, его функции и механизм формирования в материалах для печати, радио и телевидения. Принципиальное отличие журналистского образа от ЭВС образного ряда.

Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры в прессе, на радио и телевидении

Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении. Заметка как жанр. Событийная информация на странице; ежедневной газеты, еженедельника, в аудиовизуальных СМИ. Понятие новости. Оперативность и актуальность. Сенсация и сенсационность. Особенности и место заметки на страницах периодической печати, в эфире. Виды заметок. Литературное оформление заметок. Язык и стиль заметки. Отчет и его жанровые особенности. Методика работы над отчетом. Отчет в современной прессе. Язык и стиль отчёта. Интервью как жанр публицистики. Особенности и назначение жанра. Виды интервью. Интервью как жанр и как метод сбора информации. Процесс подготовки к беседе с интервьюируемым. Литературная работа над материалами в жанре «интервью». Интервью в современных СМИ. Известные мастера популярного жанра. Язык и стиль интервью. Репортаж. История становления жанра. Виды репортажа. Композиционно-стилистические особенности репортажа. Возможности жанра. Методика работы над репортажем. Выдающиеся зарубежные и российские репортеры. Репортаж сегодня. Аналитические возможности «информационных жанров» отчеты, корреспонденции, интервью, их использование в современной прессе.

Профессиональная этика журналиста

Декларация принципов поведения журналистов. Кодекс этических норм.

Практические занятия

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1.	Развитие прессы в странах Европы и в России	<ol style="list-style-type: none"> 1. Издатели и журналисты России А.С. Суворин, И.Д. Сытин, А.В. Амфитеатров, В.М. Дорошевич, А.П. Чехов (Седой), О.К. Нотович, А.М. Горький, В.Г. Короленко, их издательская и публицистическая деятельность. 2. Типология печати. Типы газет и журналов. 3. Характеристика крупнейших газет эпохи: «Новое время», «Русский инвалид», «Московские ведомости», «Санкт-Петербургские ведомости», «Россия», «Свет», «Новости», «Русское слово». 4. В.А. Гиляровский как репортер. Содержание репортажей, их герои. Московская пресса в оценке Гиляровского. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте прессу РФ и Амурской области на современном этапе. 2. Познакомьтесь с 5 изданиями Амурской области. Охарактеризуйте их. 3. Назовите 5 ведущих журналистов Амурской области. Какова тематика и содержание их публикаций.
2.	Информационные службы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие информационной службы в СССР. 2. Проблема разоружения и СМИ. 3. Передачи «Сегодня в мире», «Политические обозреватели за «круглым столом», «Международная панорама» на радио и ТВ, освещение темы международной жизни на страницах газет и журналов. 4. Телеграфное агентство Советского Союза как мировое информационное агентство. 5. Структура и управление, роль и место ТАСС в системе средств массовой информации страны. 6. Информационный кризис и альтернативы. Реорганизация агентства в 90-е годы. XX в. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте политические передачи, ток-шоу РФ на современном этапе.
3.	Система средств массовой информации Российской Федерации в начале XXI века	<ol style="list-style-type: none"> 1. Средства массовой информации и проблемы мирового сообщества. Освещение международной жизни в СМИ. 2. Роль телеграфных агентств в современных информационных потоках. 3. Российские СМИ в Интернете. Проблемы экономической и общественной жизни. <p>Задание:</p>

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
		Охарактеризуйте СМИ Амурской области, представленные в интернете.
4.	Журналистика как сфера массово-информационной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исторические типы журналистики. 2. «Качественные» и «массовые» СМИ и их место и роль в обществе. Свобода печати и журналистской деятельности. Джон Мильтон о свободе печати. Свобода, необходимость, ответственность применительно к теории и практике журналистики. 3. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Юридические аспекты свободы журналистики. 4. Законодательство России о СМИ и концепция свободы печати. 5. Журналистика как система средств массовой информации и управления ими. 6. Массово-коммуникационные свойства прессы, радио и телевидения. 7. Инфраструктура средств массовой информации: информационные агентства и службы, пресс-службы, пресс-центры и службы связей с общественностью. Роль и место технических учреждений в системе информации и коммуникации. 8. Структура управления в сфере коммуникации. Подготовка журналистских кадров. 9. Подсистемы современных СМИ России: пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, Интернет.
5.	Журналистика как сфера научной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методы исследования журналистики. 2. Проблемно-содержательный, структурный методы исследования в национальной практике. 3. Социологические методы исследования СМИ. 4. Метод контент-анализа. 5. Методы сбора информации в журналистике. Источники информации. 6. Применение исследований для анализа газетного рынка. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте газетный рынок Амурской области.
6.	Средства массовой информации и рынок	<ol style="list-style-type: none"> 1. Планирование и методы маркетинга. Служба маркетинга. 2. Бюджет редакции печатного периодического издания. 3. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства. 4. Рекламная и ценовая политика компании. 5. Кадровая политика редакции. Управление редакци-

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
		<p>онным коллективом.</p> <p>6. Экономические основы труда журналиста.</p> <p>7. Имидж периодического издания, его аудитория.</p> <p>Задание: Охарактеризуйте имидж периодического издания (Амурская правда, Мадонна) и его аудиторию.</p>
7.	Российская пресс-реклама	<p>1. Отдел рекламы: организация деятельности.</p> <p>2. Рекламные приложения.</p> <p>3. Рекламный дизайн.</p> <p>Задание: 1. Подберите пять примеров газетно-журнальной рекламы в разных жанрах. Какие жанры, по вашему мнению, преобладают в газетной периодике? в журнальной периодике? 2. Охарактеризуйте рекламный дизайн издания Амурской области.</p>
8.	Коммуникационные кампании и мероприятия для СМИ.	<p>1. Коммуникационные кампании и мероприятия.</p> <p>2. Цели, приёмы, методы проведения КК.</p> <p>3. Планирование, подготовка и проведение пресс-конференции.</p> <p>4. Планирование, подготовка и проведение брифинга, пресс-тура.</p> <p>Задание: 1. Используя материалы СМИ и собственные наблюдения, охарактеризуйте коммуникационные кампании по продвижению какого-либо продукта или услуги. Какие типы СМИ были задействованы? Почему? Какие мероприятия в рамках кампании, на ваш взгляд, оказались наиболее успешными? Аргументируйте свой ответ. 2. Приведите примеры успешных коммуникационных кампаний в городе Благовещенске.</p>
9.	Имиджевая реклама в СМИ.	<p>1. Имиджевая реклама: цели, задачи, виды.</p> <p>2. Язык имиджевой рекламы.</p> <p>3. Стилль рекламного текста.</p> <p>4. Лексико-семантические возможности рекламного текста.</p> <p>Задание: 1. Подберите опубликованные в СМИ тексты имиджевой рекламы. Объясните, по каким критериям вы определяли жанровую принадлежность. 2. Приведите примеры наиболее удачных текстово-имиджевой рекламы в Амурской области. 3. Напишите тексты имиджевой рекламы об АмГУ,</p>

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
		филологическом факультете.
	4 семестр	
1.	Произведения СМИ как особый тип текста. Идеино-тематические и структурно-композиционные особенности произведения СМИ.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Место профессионального анализа текста в структуре деятельности журналиста. 2. Методика анализа. 3. Пути выявления основных характеристик произведения (его темы, идеи, структурно-композиционных особенностей). 4. Оценка качества идейно-тематического и структурно-композиционного решений материала в соответствии с определенными критериями. 5. Критерии оценки журналистского произведения. 6. Понятие о дитексе (диаграмма «текст-смысл») – графической модели произведения, позволяющей выявить в нем авторские погрешности. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте предложенные преподавателем произведения СМИ.
2.	Способ журналистского творчества.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Существующие научные традиции в употреблении понятий «метод деятельности» и «способ деятельности». Основания для их различения. 2. Способ деятельности как совокупность ее особенностей, поддающихся освоению. 3. Структура способа деятельности. Отличие способа творческой деятельности от способа репродуктивной деятельности. 4. Способ творческой деятельности журналиста – носитель ее специфики. 5. Основные элементы способа творческой деятельности журналиста, доступные освоению. Условия для успешного освоения способа творческой деятельности журналиста.
3.	Методы и приёмы журналистского творчества.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Пути постижения журналистом сути происходящего: от здравого смысла – к применению научных знаний в функции теоретических методов познавательной деятельности. 2. Методы предъявления информации, используемые для воплощения фактологического ряда ЭВС: констатация, репортажное и реконструктивное описание, репортажное и реконструктивное повествование, характеристика, рассуждение, типизация. 3. Методы предъявления информации, используемые для воплощения образного и нормативного рядов ЭВС: цитирование, апелляция (ссылка), изложение, переосмысление, словесная инкрустация. 4. Значение принципа дополнительности в использо-

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
		<p>вании методов журналистского творчества.</p> <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Приведите примеры предъявления информации, используемые для воплощения образного и нормативного рядов ЭВС, из местных СМИ.
4.	Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры в прессе, на радио и телевидении.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Статья как аналитический жанр периодической печати. 2. Процесс сбора материала для статьи. 3. Работа над статьей. 4. Виды статьи. 5. Имиджевая статья: задачи, тематика, особенности, структура. 6. Имиджевое интервью: задачи, тематика, особенности. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подберите имиджевые статьи, опубликованные в СМИ. Объясните, по каким критериям вы определяли жанровую принадлежность. 2. Приведите примеры наиболее удачных имиджевых статей, опубликованные в СМИ Амурской области. 3. Напишите текстимиджевой статьи об АмГУ, филологическом факультете.
5.	Радиожурналистика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выразительные средства радиовещания. 2. Устная речь, рисующие шумы, музыка, монтаж – основные выразительные средства радио. 3. Позывные радиостанции, музыкальные заставки и их роль. 4. Устная речь на радио и ее особенности: словарные, синтаксические и другие особенности. 5. «Невербальные речевые средства»: темп речи, сила звука, высота тона, ритм, паузы, ударения, тембр голоса. 6. Дикторская речь и ее роль в радиопередаче. 7. Шумы и музыка и их функции в радиопередаче. 8. Монтаж – важное выразительное средство. 9. Виды радиомонтажа. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Прослушайте несколько радиопередач на Эхо-Москва, проанализируйте позывные радиостанции, музыкальные заставки. 2. Проанализируйте речь на радио и ее особенности: словарные, синтаксические

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
		и другие особенности. 3. Проанализируйте «Невербальные речевые средства»: темп речи, сила звука, высота тона, ритм, паузы, ударения, тембр голоса.
6.	Коммуникационные мероприятия в прямом радиоэфире: круглый стол и интервью. Планирование, технологии проведения.	1. Технология подготовки и ведения студийных и внестудийных радиопередач. 2. Перспективы развития радиовещания. 3. Новые электронные СМИ: техника и технология. 4. Стадии планирования производства. Выбор темы и мотивировка. 5. Источники формирования радиoproграмм. Внутренние и внешние источники. 6. Разработка сценария или сценарного плана. 7. Круглый стол и интервью. Планирование, технологии проведения. Задание: 1. Проанализируйте Круглый стол и радиоинтервью в прямом эфире. Выделите «+» и «-». 2. Разработайте сценарий Круглого стола. 3. Разработайте сценарий интервью.
7.	Телевизионная публицистика.	1. Жанровая структура телевизионной публицистики. 2. Информационные жанры. Общие признаки группы жанров информационного выпуска, телевизионных новостей. 3. Аналитические жанры телевидения. Общие признаки группы жанров. 4. Отличительные признаки телевизионной заметки, телевизионной корреспонденции, телевизионного информационного выпуска, телевизионных новостей. 5. Аналитические жанры телевидения. Общие признаки группы жанров. Отличительные признаки выступления (беседы) по телевидению, комментария, интервью, пресс-конференции, беседы, диалога, дискуссии, «круглого стола». 6. Документально-художественные жанры телевидения. Общая характеристика группы жанров. 7. Отличительные признаки телевизионного репортажа (событийного и проблемного), очерка, телевизионного обозрения, документального телевизионного рассказа. 8. Изобразительно-выразительные средства телевидения. Композиция кадра: точка зрения и угол изображения, крупность плана изображения, динамика телевизионной камеры (наезд, отъезд, панорамирование), ракурс, второй план, изображение и слово, музыка и шумы. Освещение, колорит

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
		<p>и тональность.</p> <p>9. Дикторский текст. Роль ведущего.</p> <p>10. Информационный повод, приемы привлечения внимания к передаче, приемы «интриги», ключевые фактурные элементы – видеоряд и звуковой фон, способы преодоления порогов (кризисов) внимания телезрителя, использование «программной шпильки», анонсы, «заход» в начале программы – характерные шумы, музыка, зрительные эпизоды, яркие детали и т.п.</p> <p>11. Монтаж и его виды.</p> <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Приведите названия передач, относящихся к информационным, аналитическими документально-художественным жанрам телевидения. 2. Проанализируйте передачи, относящихся к информационным, аналитическим и документально-художественным жанрам телевидения: дикторский текст, роль ведущего.
8.	Коммуникационные мероприятия на телевидении: телевизионное интервью и репортаж. Преимущества, планирование, технологии проведения.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация телевизионного вещания. Роль журналиста в телевизионном производстве. 2. Спутниковое телевизионное вещание и системы кабельного телевидения. 3. Перспективы развития телевидения. Планирование производства. 4. Источники формирования телевизионных программ. Выбор темы и ее мотивировка. Разработка литературного и режиссерского сценариев или сценарного плана. Выбор изобразительных и выразительных средств. Выбор технических средств для прямой телевизионной передачи или видеозаписи. 5. Телевизионная съемка и подготовка технически пригодной программы. Монтаж. Верстка программы дня и недели. 6. Принципы верстки программ дня и недели. Выпуск программы в эфир. 7. Телевизионное интервью и репортаж. Преимущества, планирование, технологии проведения. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Просмотрите телевизионное интервью и репортаж на центральном и местном телевидении, проанализируйте преимущества, технологии проведения. 2. Разработайте сценарий телевизионного интервью с ректором АмГУ. 3. Приготовьте репортаж о событии из жизни студентов в АмГУ.

№ п/п	Название темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
9.	Редакция	<ol style="list-style-type: none"> 1. Редакция газеты как производственно-творческая структура. 2. Особенности журналистской работы. Система управления редакционным коллективом. 3. Научная организация труда в редакции. Инструментарий современного журналиста. 4. Штатное расписание редакций. 5. Организация редакционных процессов при выпуске печатных СМИ. 6. Требования техники безопасности и охраны окружающей среды. 7. Структура редакции. 8. Материально-технические средства производства периодических изданий. 9. Основы современного полиграфического производства, средства полиграфического воспроизведения текста. 10. Шрифты и их классификация. Компьютерная технология в полиграфическом производстве.
10.	Профессиональная этика журналиста, специалиста по связям с общественностью.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. 2. Этические основы деятельности специалиста по связям с общественностью. <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучите Кодекс профессиональной этики российского журналиста. 2. Проанализируйте публикации в СМИ с точки зрения соблюдения профессиональной этики российского журналиста.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Тесты текущего контроля знаний по дисциплине Теория и практика массовой информации

Выберите один правильный ответ

1. Качественные изменения отечественных СМИ в конце XX века выражались в
 - 1) доминировании государственной собственности в сфере СМИ
 - 2) жесткой централизации СМИ
 - 3) широкой демократизации информационной деятельности
 - 4) моноидеологичности

2. В духовной сфере общества журналистика выполняет роль
 - 1) познавательную
 - 2) информационно-коммуникативную
 - 3) организаторскую
 - 4) духовно-идеологическую

3. Первоначальное значение слова «газета»
 - 1) периодическое печатное издание
 - 2) информационный листок
 - 3) текст на пергаменте
 - 4) итальянская мелкая монета, составлявшая цену письменного сообщения о какой-либо товарной новости

4. Доминирующими предпосылками возникновения журналистики являются реформы
 - 1) материально-технические
 - 2) социально-политические
 - 3) информационные
 - 4) духовно-идеологические

5. Массовая информация предназначена для аудитории
 - 1) профессиональной
 - 2) интеллектуальной
 - 3) определенных категорий, слоев населения
 - 4) неограниченной

6. В политической жизни общества журналистика выполняет роль
 - 1) регулирующую
 - 2) производственно-экономическую
 - 3) духовно-идеологическую
 - 4) информационно-коммуникативную

7. Российские СМИ в условиях реформирования общества в конце XX века характеризовались
 - 1) политико-идеологическим контролем
 - 2) сохранением единой формы собственности в сфере СМИ
 - 3) развитием в условиях демократии, правового государства, многопартийности
 - 4) жесткой централизацией, сохранением вертикали СМИ

8. В годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. задачу информационного отображения войны выполнял специальный орган
 - 1) РОСТА
 - 2) АПН
 - 3) Советское информационное бюро

4) ТАСС

9. Содержательно массовая информация представляет собой информацию

- 1) о политической жизни общества
- 2) о духовно-идеологической сфере общества
- 3) о социально значимых событиях
- 4) об экономических проблемах общества

10. Важную роль в развитии отечественной прессы сыграл «Манифест», принятый 17 октября

- 1) 1900 года
- 2) 1905 года
- 3) 1914 года
- 4) 1917 года

11. Преобладающими периодическими печатными изданиями России во второй половине XVIII века являлись

- 1) газеты
- 2) журналы
- 3) бюллетени
- 4) альманахи

12. Советская журналистика характеризуется

- 1) свободой слова и деятельности СМИ
- 2) идеологическим плюрализмом
- 3) отсутствием жесткой вертикализации СМИ
- 4) господством государственной формы собственности на СМИ

13. Социальная информация отражает

- 1) события социальной сферы общества
- 2) информацию об обществе в целом
- 3) факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми, достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением
- 4) жизнедеятельность определенных социальных структур

14. В социальной сфере общества журналистика выполняет роль

- 1) информационно-коммуникативную
- 2) регулирующую
- 3) духовно-идеологическую
- 4) ретранслятора социальной информации

15. Современным взаимоотношениям российского государства и СМИ характерно

- 1) господство государственных СМИ
- 2) отсутствие широкой правовой базы журналистской деятельности
- 3) усиление государственного контроля над СМИ
- 4) провозглашение и реализация гарантий свободы слова и массовой информации

16. Журналистская информация по содержанию, прежде всего

- 1) социальная
- 2) научно-техническая
- 3) политическая
- 4) экономическая

17. Верно ли данное утверждение: «Средства массовой информации – это периодические печатные издания, радио-, теле-, видеопрограммы, кинохроникальные программы, иная форма периодического распространения массовой информации».

18. Массовое периодическое издание, публикующее в первую очередь текущие события и обзорно-аналитические материалы, называется _____.

19. Особенностью развития отечественных СМИ в 90-е годы XX века являлось:

- 1) реформирование отечественных СМИ в условиях складывающихся рыночных отношений
- 2) сохранение советских правовых основ, регулирующих сферу деятельности СМИ
- 3) сохранение информационной изоляции
- 4) сохранение традиционной системы подготовки журналистских кадров

20. Журнал отечественного публициста Н.И. Новикова назывался

- 1) «Трудолюбивая пчелка»
- 2) «Полезное увеселение»
- 3) «Трутень»
- 4) «Доброе намерение»

21. Информационным обществом является

- 1) общество, в котором господствует государственная информационная политика
- 2) общество, в котором налажен информационный обмен
- 3) общество с развитыми СМИ
- 4) открытое общество, в котором в качестве базисной характеристики выступает доминирующая личностная собственность на знания и информацию, имеющая свойства товара

22. Предметом учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации» является

- 1) массовая информация как общественное явление
- 2) содержание конкретных произведений журналистского творчества и методика их применения в практике связей с общественностью
- 3) журналистская деятельность
- 4) сущность и структура СМИ

23. Первая российская печатная газета называлась

- 1) «Ведомости»
- 2) «Известия»
- 3) «Куранты»
- 4) «Новости»

24. Одним из первых нормативно-правовых актов Советской власти является

- 1) Закон «О прессе»
- 2) Декрет СНК «О печати»
- 3) Временный устав о цензуре прессы
- 4) Временный устав о печати

25. Процесс распространения информации называется _____.

26. Верно ли данное утверждение: «Основная функция коммуникации – достижение социальной общности при сохранении индивидуальности каждого её элемента»

27. Сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом, называются _____.

28. Пресса, радио, телевидение, кинематограф, театр, цирк, шоу-бизнес, видеопродукция, Интернет и технические средства, обеспечивающие коммуникацию, называются СМИ.
29. Первоначальной функцией средств массовой информации и коммуникации является
- 1) передача информации
 - 2) контроль исполнительной власти
 - 3) представление своей нации, народа
 - 4) характеристика деятельности самих СМИ и СМК
30. Первый номер газеты «Московские ведомости» вышел
- 1) 1702 году
 - 2) 1724 году
 - 3) 1756 году
 - 4) 1917 году
31. Первым, точно датированным, печатным изданием является
- 1) «Апостол» 1564 г.
 - 2) «Ведомости» 1702 г.
 - 3) «Московские ведомости» 1756 г.
 - 4) «Трутенъ» 1769 г.
32. Иваном Первпечатником, Иваном Друкарем называли _____.
33. Первым частным журналом XVIII в., издававшимся на правах частного предпринимательства, является
- 1) «Трутенъ» Н. И. Новикова (1769 г.)
 - 2) «Московский журнал» Н.М. Карамзина (1791-1792 г.)
 - 3) «Трудолюбивая пчела» А.П. Сумарокова (1759г.)
 - 4) «Собеседник любителей русского слова» Е. Дашковой (1783-1784)
34. Верно ли данное утверждение: «XVIII век – эпоха «толстого» литературного журнала. Для такого типа изданий характерна энциклопедичность, широта тематики, скорее сближающая их с книгами или альманахами».
35. Оригинальное явление – русская сатирическая журналистика родилось
- 1) XX в.
 - 2) XIX в.
 - 3) XVIII в.
 - 4) XXI в.
36. Напротив фамилии издателя укажите название издания, выпускаемого им
- | | |
|-------------------|--|
| 1) Н. И. Новиков | А) «Московский журнал» (1791-1792 г.) |
| 2) Н.М. Карамзин | Б) «Трутенъ» (1769 г.) |
| 3) А.П. Сумароков | В) «Собеседник любителей русского слова» (1783-1784) |
| 4) Е. Дашкова | Г) «Трудолюбивая пчела» (1759г.) |
37. В.Г. Белинский являлся идейным руководителем журнала
- 1) «Современник», издаваемого Н.А. Некрасовым и И.И. Панаевым
 - 2) «Отечественные записки», издаваемого А.А. Краевским
 - 3) «Полярная звезда» и «Колокол», издаваемых А.И. Герценом и Н.П. Огаревым
 - 4) «Московский наблюдатель», отражающего умеренную позицию славянофилов
38. Верно ли данное утверждение: «Во второй половине XIX в. система печати стала еще более разветвленной. По-прежнему она складывалась из трех основных направлений: консервативно-монархического («Новое время» А.С. Суворина, «Московские ве-

домости» и др.), либерально-буржуазного («Вестник Европы», «Санкт-Петербургские ведомости» и др.) и демократического («Искра», «Отечественные записки» и др.)».

39. В XIX в. определяет направление, значение и авторитет издания не издатель и редактор, а ведущий _____.

40. Три особенности, отличающие сегодня структуру российских СМИ от советских

1) появление новых предпочтений аудитории. «Читающая нация» становится нацией телевизионной;

2) изменение структуры печатного рынка. Доминировавшая в СССР вертикально-иерархическая структура газетно-журнального рынка уступала место горизонтальным конфигурациям на региональных рынках;

3) господство партийной структуры;

4) введение рекламы в каждодневную практику российской медиасистемы.

41. Царский «Манифест», принятый 17 октября 1905 г., провозглашал

1) политические свободы в России

2) цензорский надзор на всю печать

3) обсуждение в печати общественно-политических вопросов, но запрещал печатать произведения, «противные правительству...»

4) «печать и другие средства массовой информации свободны. Цензура массовой информации не допускается»

42. Верно ли данное утверждение: «В законе РФ “О средствах массовой информации” от 27 декабря 1991 г. говорится о недопустимости цензуры. При этом остаются ограничения на свободу информации, связанные с государственными, медицинскими, коммерческими тайнами, этическими нормами».

43. Партийность, классовость, народность – основные принципы

1) царской журналистики

2) советской журналистики

3) современной журналистики

4) западной журналистики

44. «Внушаемость – низкая, объективность – высокая. Официальность – нулевая. Открытость – полная. Свободное радио для свободных людей» – слова, выразившие программу радиостанции России

1) «Маяк»

2) «Радио России»

3) Европа плюс»

4) «Эхо Москвы»

45. Три черты, характерные для журналистики периода перестройки и последнего десятилетия XX века

1) выход из подполья самиздата

2) свободное печатание «альтернативной прессы» (оппозиционной официальной пропаганде)

3) появление коммерческой радиостанции «Эхо Москвы» и частной телекомпании НТВ

4) сужение газетного мира, функционирование однопартийной журналистики

46. Две тенденции современного газетного рынка России

1) увеличение общего числа читателей газет

2) отчетливое перенесение центра тяжести читательских предпочтений с общенационального на местный уровень

3) ежедневное чтение, приводящее к увеличению периодичности малотиражных местных газет и развитию ежедневной периодики

- 4) развитие специальных региональных моделей столичных газет для адаптации как к информационным, так и рекламным рынкам регионов

3 семестр

Тест

Тема: Имиджевая реклама в СМИ.

1. Основная цель проведения компанией коммуникационных кампаний и мероприятий для журналистов:

1) поддержание позитивного общественного мнения, обеспечение желаемого поведения общественности

2) формирование положительного имиджа

3) формирование имиджа

4) привлечение внимания к проблеме.

2. Самой эффективной формой взаимодействия между компанией и журналистами, когда последние получают информацию из первых рук, является коммуникационное мероприятие:

1) брифинг

2) пресс-конференция

3) конференция

4) круглый стол.

3. Назовите 3 коммуникационные мероприятия для СМИ

1) _____

2) _____

3) _____

4. Короткое одностороннее оперативное выступление перед прессой с целью ее оповещения по свежим следам важных событий называется:

1) брифинг

2) пресс-конференция

3) конференция

4) круглый стол.

5. Продолжите фразу: «Разница между пресс-конференцией и брифингом состоит в (во) _____».

6. Сформулируйте первое правило проведения пресс-конференции и брифинга:

1) _____

2) Продумать и подготовить раздаточный материал, который бы содержал «новизну».

3) Продумать сценарий пресс-конференции, роль и слова участников.

4) Приветствовать доброжелательно журналистов, представить участников, огласить план конференции.

5) Доклады и демонстрационный материал должны быть «короткими», а аргументация – логически последовательной.

6) Следить за продолжительностью пресс-конференции. Запланировать достаточное время на вопросы журналистов. Через 40 мин от начала мероприятия обеспечить возможность работы журналистов с отдельными участниками.

7) Четко и уверенно презентовать пользу идеи или продукта для третьих лиц.

7. Продолжите определение: Имиджевая реклама – это реклама, реклама

8. Цель имиджевой рекламы:

1) ознакомление с продукцией

2) продажа товара

3) привлечение внимания к продукции

4) создание положительного образа (имиджа) фирмы, поддержание благоприятного отношения к ней.

9. Пресс-реклама – это ...

1) реклама на актуальную тему, изготовленная органами информации

2) реклама документов

3) информационное сообщение для прессы

10. Имидж периодического издания формируется:

1) содержанием издания

2) тематикой и характером его публикаций

3) его позицией и взглядами

4) уставным капиталом издания

10. Искажение имиджа издания может привести к :

1) уменьшению популярности и привлекательности бренда издания

2) вытеснению его из информационной ниши

3) ослаблению его финансовой базы

4) повышению популярности и привлекательности бренда издания

Критерии оценки тестового контроля знаний:

Оценка	Число правильных ответов
5 (отлично)	10
4 (хорошо)	8-9
3 (удовлетворительно)	6- 7
2 (неудовлетворительно)	5 и менее

4 семестр

Тема: Редакция.

1. «Факт» в журналистском произведении – это

1) достоверное отображение фрагмента реальности

2) мнение журналиста

3) оценка журналиста

4) интерпретация событий

2. Укажите виды фактов:

- 1) Социальные
- 2) Исторические
- 3) Литературные
- 4) Авторские

3. Верно ли утверждение: «Для журналистов важно, из каких источников получены факты; какие цели преследовали люди, сообщив о них; четко различать факты науки и обыденные факты».

4. Продолжите фразу: «Идеи журналистского произведения – это ...».

5. Опорная идея журналистского произведения – это

- 1) цель, которая должна быть достигнута.
- 2) информация о системе ценностей, на которые опирается журналист
- 3) информация, выработанная непосредственно при освоении реальной конкретной ситуации и подсказывающая адресату действия в целях разрешения проблемы, то есть собственно журналистская информация.
- 4) решение определенной ситуации.

6. Рабочая идея в журналистском произведении – это

- 1) цель, которая должна быть достигнута.
- 2) информация о системе ценностей, на которые опирается журналист
- 3) информация, выработанная непосредственно при освоении реальной конкретной ситуации и подсказывающая адресату действия в целях разрешения проблемы, то есть собственно журналистская информация.
- 4) решение определенной ситуации.

7. Жанр ПР- текста, представляющий актуальную, социально-значимую проблему, где факты, сама проблема, лежащие в основе материала о базисном субъекте ПР (фирме, организации или персонале), а также точка зрения на данную проблему способствуют формированию или приращению публицитного капитала данного субъекта ПР, называется:

- 1) очерк
- 2) статья
- 3) имиджевая статья
- 4) заметка.

8. Жанр ПР- текста, представляющий собой текст беседы с первым лицом (или должностным лицом) организации, фирмы, способствующий формированию (приращению) публицитного капитала базисного ПР- субъекта, называется

- 1) очерк
- 2) статья
- 3) имиджевая статья
- 4) имиджевое интервью.

9. Отличительной чертой имиджевого интервью от журналистского является:

- 1) оптимизированная информация
- 2) острая полемичность

3) сетка вопросов направлена на раскрытие отрицательных качеств интервьюируемого и организации

4) негативная информация.

10. Профессиональные функции специалиста по связям с общественностью включают написание и редактирование:

1) рассказа

2) фельетона

3) имиджевого интервью

4) заметки

Вопросы «Опроса» по темам дисциплины

3 семестр

№ п/п	Название темы (раздела)	Вопросы опроса
1.	Предыстория журналистики. Общие представления о массовой информации	<ol style="list-style-type: none">1. Социальные экономические и политические предпосылки появления журналистики.2. Культурные предпосылки появления журналистики.3. Массовая информация: значение термина.4. Массовая коммуникация: значение термина.
2	Развитие прессы в странах Европы и в России.	<ol style="list-style-type: none">1. Первая печатная газета в России «Ведомости». Характеристика ее.2. Особенности развития прессы Российской империи в конце XIX - начале XX вв.3. Видные российские издатели, редакторы, журналисты и предприниматели в сфере полиграфического, бумажного и издательского дела.4. Формы контроля правительства над средствами информации.5. Свобода слова и печати в монархической России.
3	Информационные службы.	<ol style="list-style-type: none">1. Телеграфные агентства во Франции, Германии, Великобритании, США и России.2. Санкт-Петербургское телеграфное агентство.3. ИТАР-ТАСС.4. Агентство печати «Новости» .5. Частное информационное агентство ИНТЕРФАКС.
4	Состояние массовой информации и журналистики в России 90-х гг. XX в.	<ol style="list-style-type: none">1. Законы СССР и Российской Федерации о средствах массовой информации.2. Ведущие темы прессы Российской Федерации в период перестройки.3. Процесс репрофилирования российской прессы с 1991 г.

№ п/п	Название темы (раздела)	Вопросы опроса
5	Система средств массовой информации РФ в начале XXI века.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Столичная и общенациональная пресса. 2. Периферийная пресса. 3. Закон «О свободе совести и религиозных организациях» и формирование института религиозной прессы
6	Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс массовой коммуникации и СМИ. 2. Массовая информация как центральная категория. 3. Информация, массовая информация, средства массовой информации, система отношений «журналист-аудитория». 4. Политические функции СМИ. 5. Социальное значение журналистики. 6. Коммуникативная функция как функция журналистики.
7	Журналистика как сфера научной деятельности.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методы исследования журналистики. 2. Проблемно-содержательный, 3. структурный методы исследования в национальной и мировой практике. 4. Социологические методы исследования СМИ. 5. Метод контент-анализа применительно к СМИ 6. Методы сбора информации в журналистике. Источники информации.
8	Средства массовой информации и рынок	<ol style="list-style-type: none"> 1. Журналистская информация как товар. 2. Редакция как производственное учреждение. 3. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции. 4. Изучение информационного рынка.
9	Современный менеджмент и СМИ.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Распространение периодического издания. 2. Стратегия и география распространения. 3. Политика распространения тиража: подписка, розница, оптовая продажа, бесплатное распространение.
10	Российская пресс-реклама.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности российской пресс-рекламы. 2. Потребитель как основное звено рекламной коммуникации. 3. Культура рекламной деятельности в СМИ. 4. Пути совершенствования газетной рекламы. 5. Рекламные приложения. 6. Рекламный дизайн.
11	Коммуникационные кампании и мероприятия для СМИ.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коммуникационные кампании и мероприятия для СМИ. 2. Цели, приёмы, методы проведения КК и мероприятий для СМИ. 3. Особенности пресс-конференции.

№ п/п	Название темы (раздела)	Вопросы опроса
		4. Особенности брифинга.
12	Имиджевая реклама в СМИ.	1. Имиджевая реклама: значение термина. 2. Примеры имиджевой рекламы. 3. Виды имиджевой рекламы. 4. Цели и задачи имиджевой рекламы..

4 семестр

	Название темы (раздела)	Вопросы опроса
1	Понятие о творчестве	1. В чем состоит творческая сущность человека. 2. Основные формы организации творческой деятельности в развитом обществе: любительство и профессионализм. Их общие и отличительные черты. 3. Журналистика как специализированная область творческой деятельности. 4. Любительство и профессионализм в журналистике. 5. Три ступени в развитии профессионала: обученность, умелость, мастерство. 6. Основные задачи студента в процессе движения к профессионализму.
2	Произведения СМИ как особый тип текста. Идеино-тематические и структурно-композиционные особенности произведения СМИ.	1. Понятие темы журналистского произведения. 2. Значение понятий: «факт», «ситуация», «проблема». Разновидности ситуаций, отражаемых журналистикой. 3. Проблемные и «непроблемные» журналистские материалы. 4. Понятие идеи журналистского произведения. 5. «Опорная» и «рабочая» идея в журналистском произведении. 6. Варианты «рабочей» идеи, бытующие в современной отечественной журналистике.
3	Способ журналистского творчества.	1. Способ творческой деятельности и способ репродуктивной деятельности: отличие. 2. Способ творческой деятельности журналиста – носитель ее специфики. 3. Основные элементы способа творческой деятельности журналиста, доступные освоению. 4. Условия для успешного освоения способа творческой деятельности журналиста.
4	Методы и приёмы журналистского творчества.	1. Методы предъявления информации, используемые для воплощения фактологического ряда ЭВС. 2. Методы предъявления информации, используемые для воплощения образного и нормативного рядов ЭВС. 3. Значение принципа дополнительности в использовании методов журналистского творчества.

5	Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры в прессе, на радио и телевидении.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Заметка как жанр. 2. Понятие новости. 3. Оперативность и актуальность. Сенсация и сенсационность. 4. Виды заметок. Язык и стиль заметки. 5. Отчет и его жанровые особенности. 6. Отчет в современной прессе. Язык и стиль отчёта. 7. Интервью как жанр публицистики. Особенности и назначение жанра. 8. Виды интервью. 9. Интервью как жанр и как метод сбора информации. 10. Интервью в современных СМИ. 11. Язык и стиль интервью. 12. Репортаж. Виды репортажа. 13. Композиционно-стилистические особенности репортажа. 14. Статья как аналитический жанр периодической печати. 15. Виды статьи. 16. Имиджевая статья: задачи, тематика, особенности, структура. 17. Имиджевое интервью: задачи, тематика, особенности.
6	Радиожурналистика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выразительные средства радиовещания. 2. Устная речь на радио и ее особенности: словарные, синтаксические и другие особенности. 3. «Невербальные речевые средства»: темп речи, сила звука, высота тона, ритм, паузы, ударения, тембр голоса. 4. Дикторская речь и ее роль в радиопередаче. 5. Шумы и музыка и их функции в радиопередаче. 6. Монтаж – важное выразительное средство. Виды радиомонтажа.
7	Коммуникационные мероприятия в прямом радиоэфире: круглый стол и интервью. Планирование, технологии проведения.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Коммуникационные кампании и мероприятия. 2. Цели, приёмы, методы проведения. 3. Планирование, подготовка и проведение пресс-конференции. 4. Планирование, подготовка и проведение брифинга. 5. Планирование, подготовка и проведение пресстура.
8	Телевизионная публицистика.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационные жанры телевизионной публицистики. 2. Общие признаки группы жанров информационного выпуска, телевизионных новостей. 3. Аналитические жанры телевидения. Общие признаки группы жанров. 4. Отличительные признаки телевизионной заметки, телевизионной корреспонденции,

		<p>телевизионного информационного выпуска, телевизионных новостей.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Отличительные признаки выступления (беседы) по телевидению, комментария, интервью, пресс-конференции, беседы, диалога, дискуссии, «круглого стола». 6. Документально-художественные жанры телевидения. Общая характеристика группы жанров. 7. Отличительные признаки телевизионного репортажа (событийного и проблемного), очерка, телевизионного обзора, документального телевизионного рассказа. 8. Изобразительно-выразительные средства телевидения. 9. Информационный повод, приемы привлечения внимания к передаче, приемы «интриги». 10. Ключевые фактурные элементы – видеоряд и звуковой фон, способы преодоления порогов (кризисов) внимания телезрителя, использование «программной шпильки», анонсы. 11. Монтаж и его виды.
9	Коммуникационные мероприятия на телевидении: телевизионное интервью и репортаж. Преимущества, планирование, технологии проведения.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Телевизионное интервью. 2. Репортаж: его преимущества. 3. Планирование репортажа. 4. Технологии проведения репортажа.
10	Профессиональная этика журналиста, специалиста по связям с общественностью.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Декларация принципов поведения журналистов. 2. Кодекс этических норм. 3. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. 4. Этические основы деятельности специалиста по связям с общественностью.

Критерии оценки вопросов «Опроса»:

оценка «отлично» выставляется студенту, если даны правильные ответы на все вопросы;
оценка «хорошо» выставляется студенту, если даны ответы на вопросы с незначительными ошибками;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если ответы на вопросы даны со значительными ошибками;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответы даны с большим числом ошибок, либо совсем не даны ответы.

ДОКЛАД-ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Тематика докладов

1. Журналистская информация как товар.
2. Закономерности формирования и развития информационного рынка.
3. Редакция как производственное учреждение.
4. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.
5. Основы редакционно-издательского маркетинга и финансовая политика редакции.

6. Изучение информационного рынка.

Вопросы к зачету

по дисциплине «Теория и практика массовой информации» (3 семестр)

1. Теория и практика массовой информации: предмет, цель, задачи курса.
2. Возникновение журналистики. Дожурналистские явления массовой коммуникации.
3. Журналистика и ее функции.
4. Первая печатная газета в России.
5. Система СМИ России. СМИ и их аудитория.
6. Известные российские журналисты (XIX –XXI вв.).
7. Тема экологической безопасности в СМИ.
8. Тема международной жизни в СМИ.
9. Экономическая тема в газете.
10. Основные характеристики прессы России начала XXI века.
11. Современное телевидение Российской Федерации.
12. Газета «Комсомольская правда» сегодня.
13. Оппозиционная журналистика в 1990-е годы.
14. Современное радиовещание Российской Федерации.
15. Общая характеристика газет «Известия», «Новые известия».
16. Лексика современной газеты.
17. Пресса в период НЭПа.
18. Опыт дифференциации прессы в 20-е годы XX в.
19. Общественно-политическая газета вчера и сегодня.
20. История формирования информационных служб в России. Роль телеграфных агентств в СМИ. Российское телеграфное агентство ИТАР-ТАСС и его деятельность.
21. Декрет о печати. Состояние российской прессы после Октябрьского переворота.
22. Закон Российской Федерации о средствах массовой информации.
23. СМИ и ветви государственной власти.
24. Информационные службы России в 90-е годы. Информационное агентство ИНТЕР-ФАКС.
25. Газета «Правда».
26. Профилирование периодических изданий и аудиовизуальных СМИ в 90-е годы.

27. Деловая пресса.
28. Еженедельники и их особенности.
29. Информационные выпуски на телевидении.
30. Состояние и характер прессы в 70-80-е гг.
31. Российские СМИ в Интернете.
32. Реклама в СМИ.
33. Проблема независимости СМИ в истории России и в наши дни.
34. Предвыборная кампания и СМИ.
35. «Независимая газета», ее редакционный стандарт.
36. Общественное мнение и способы его формирования.
37. «Искра» как оппозиционная газета.
38. Методы сбора информации в журналистике.
39. Журналистика накануне и в период Великой Отечественной войны.
40. Типология периодической печати России.
41. Журналистика послевоенного десятилетия.
42. Пресса, телевидение и радиовещание второй половины 80-х годов XX в.
43. Коммуникационные кампании и мероприятия. Особенности пресс-конференции и брифинга. Правила проведения и структура.
44. Коммуникационные кампании и мероприятия для СМИ. Пресс-тур: цели, правила проведения, план.

Вопросы к экзамену

по дисциплине «Теория и практика массовой информации» (4 семестр)

1. Тема журналистского произведения. Выбор темы и ее разработка.
2. Сюжет и композиция в журналистике.
3. Представление средствами массовой информации различных типов творчества.
4. Факты: роль, значение.
5. Технология выпуска номера газеты.
6. Заголовок в газете. Требования к заголовкам.
7. Отдел информации в газете и журнале.
8. Новость. Заметка как жанр.
9. Отчет в современных СМИ.

10. История репортажа как жанра. Известные репортеры российской прессы.
11. Аналитические жанры и современная журналистика
12. Имиджевая статья: цели, задачи, особенности, структура.
13. Статья в современной газете. Статья о функционировании СМИ.
14. Имиджевое интервью: цели, задачи, особенности.
15. Интервью как жанр и как метод сбора журналистской информации.
16. Коммуникационные мероприятия в прямом радиозэфире: круглый стол. Планирование, технологии проведения.
17. Коммуникационные мероприятия на телевидении: телевизионное интервью и репортаж. Преимущества, планирование, технологии проведения.
18. Характеристика периодического издания (радио, телепрограммы).
19. Журналисты современных СМИ.
20. Профессиональная этика журналиста, специалиста по связям с общественностью.

Методические рекомендации по изучению лекционного материала

Основной формой теоретического обучения в вузе является лекция, которая представляет собой логически стройное, систематически последовательное и ясное изложение того или иного научного материала.

Виды лекций, используемые в ходе изучения курса: проблемная лекция, лекция-визуализация с разбором конкретных ситуаций, лекция-беседа.

Для успешного усвоения дисциплины студентами необходимо посещение и конспектирование лекций. Лекционный материал обладает большой информационной емкостью, поскольку для ее создания преподаватель обрабатывает большое количество источников. Он сводит воедино материал, «рассыпанный» по учебникам, монографиям, научным статьям, подбирает примеры из практики, иллюстрирующие то или иное положение. Поэтому лекционный материал является базовым при изучении того или иного курса. Из этого вытекает необходимость внимательного конспектирования лекций. Следует знать, что главные положения лекции преподаватель обычно выделяет интонацией или повторяет несколько раз. Эффективность конспектирования зависит от владения правильной методикой записи лекции. Существуют некоторые наиболее употребляемые и целесообразные приемы записи лекционного материала. Запись лекции чаще всего ведется в виде тезисов – коротких, простых предложений, фиксирующих только основное содержание материала. Кроме тезисов важно записывать примеры, доказательства, даты и цифры, имена. При составлении конспектов необходимо использовать основные навыки стенографии. Так в процессе совершенствования навыков конспектирования лекций важно выработать индивидуальную систему записи материала, научиться рационально сокращать слова и отдельные словосочетания. Правильно составленный конспект послужит также способом систематизации и хранения информации, позволит усвоить материал, успешно подготовиться к практическим занятиям, зачетам и экзаменам.

Получив базовые знания в ходе записи лекционного материала, студент должен обратиться к учебно-методической литературе для расширения представления об изучаемой теме.

Ликвидация академической задолженности

При возникновении у студентов академической задолженности требуется восстановить лекционный материал. С этой целью студенту может быть предложено составление опорного конспекта по материалам учебников и учебных пособий.

Критерии оценивания опорного конспекта:

- умение выделить главное;
- глубина раскрытия темы;
- изучение всех указанных преподавателем источников;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практическое занятие – форма организации педагогического процесса, направленная на углубление теоретических знаний и получение навыков практической деятельности.

Перечень тем практических занятий определяется рабочей программой дисциплины и фондом оценочных средств.

Тематика практических занятий соотносится с тематикой лекций. Практические занятия углубляют и дополняют лекционный материал, а также позволяют изучить отдельные аспекты дисциплины, не затронутые в рамках лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям способствует формированию навыков самостоятельной работы, готовит студентов к практической деятельности.

В ходе практических занятий могут использоваться различные формы обучения, в том числе подготовка доклада с презентацией, выполнение творческого задания, тестирование и др.

Основными формами контроля знаний на практических занятиях являются: краткий опрос по теоретическим аспектам темы, выполнение предложенных заданий.

Для подготовки к практическим занятиям студентам предлагается перечень теоретических вопросов. После ознакомления с планом студент должен изучить соответствующие разделы учебной литературы, предложенные для освоения, восстановить в памяти лекционный материал. Для лучшего запоминания и систематизации знаний рекомендуется составить опорный конспект ответа либо законспектировать соответствующие главы учебников и учебно-методических пособий. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, моторную память, а также способствует формированию навыка аналитической работы с материалом.

В ходе практического занятия студент может опираться на свои конспекты, но при этом должен продемонстрировать свободное владение материалом, его понимание. Он должен быть готов к ответу на поставленные вопросы, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Практические задания должны быть выполнены, выводы обоснованы.

Ликвидация академической задолженности

При возникновении академической задолженности студенту следует составить развернутый конспект по вопросам практического занятия, письменно выполнить задания, а в устной беседе с преподавателем продемонстрировать знание теоретических аспектов и практические навыки.

Критерии оценивания при отработке пропуска практического занятия:

- качественно выполненный развернутый конспект с использованием всех указанных преподавателем источников;
- правильно выполненное практическое задание;
- свободное владение материалом при опросе, знание терминологии;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

Методические рекомендации

по подготовке к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа – индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Цель проведения самостоятельной работы со студентами – освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний; систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков студентов; формирование умений по поиску и использованию справочной и специальной литературы, а также других источников информации; развитие познавательных способностей и активности студентов, творческой инициативы, ответственности и организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации; развитие научно-исследовательских навыков; формирование умения применять полученные знания на практике (профессиональной деятельности).

Изучение курса предполагает такие формы самостоятельной работы, как:

- запись лекционного материала;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку докладов и творческих заданий;
- подготовку к тестированию;
- подготовку к экзамену.

Общим при подготовке к данным формам самостоятельной работы является изучение учебников и учебно-методической литературы.

Основной вид работы с книгой – чтение. При изучении нового надо стараться точно определить объем текста, с которым следует ознакомиться, постараться максимально полно и точно понять содержащуюся информацию. Текст читается целиком, темп – медленный, отдельные места перечитываются. В процессе чтения необходимо периодически останавливаться, вдумываться в

прочитанное. Чтение должно сопровождаться словарной работой: непонятные и незнакомые слова, а также неизвестные термины должны уточняться по словарям и записываться в тетрадь. Если непонятен какой-либо фрагмент, следует перечитать его еще раз и уяснить, что именно вам непонятно: слово, выражение, мысль. Важно получить ответы на все возникшие вопросы: либо найти ответ в словарях, либо в других книгах, либо обратиться к специалистам.

По окончании изучающего чтения каждого параграфа необходимо записать в тетрадь определения понятий, основные положения, примеры. Чтение с записью прочитанного – условие серьезного и осознанного обучения.

Рекомендуются следующие формы работы с литературой:

- выделение наиболее важных понятий и повторное чтение их определений;
- запись в тетрадь точных формулировок основных понятий;
- составление конспекта.

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность.

Использование интернет-ресурсов в учебно-познавательной деятельности обучающихся в процессе самостоятельной работы продиктовано ориентированностью на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыследеятельности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность и др.) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов.

При самостоятельной работе студент может обратиться к Интернету для поиска необходимой литературы, практических примеров. Желательно вести поиск в разделах: электронные библиотеки, учебная литература, научная литература, рефераты, интернет-СМИ и др. Необходимо иметь в виду, что, работая с интернет-источниками, студент должен осваивать изучаемый раздел так же, как при использовании обычной учебной литературы.

Методические рекомендации по подготовке доклада-презентации

Доклад-презентация – устное выступление на заданную тему с использованием приемов визуализации информации. Работа над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно отбирать и обобщать материал, делать выводы, презентовать материал, отвечать на вопросы слушателей.

Время выступления может варьироваться от 10 до 15 минут, соблюдение регламента – важная составляющая удачного выступления.

Этапы подготовки доклада:

- согласование темы с преподавателем, определение продолжительности выступления;
- подбор и изучение источников по теме выступления;
- написание теоретической части;
- подбор примеров, иллюстрирующих теоретические положения;
- подготовка презентации.

При выступлении с докладом студент должен продемонстрировать свободное владение материалом, умение отвечать на вопросы, защищать свою позицию.

Критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту, если доклад соответствует заданной теме, раскрыты основные положения, приведены примеры. Доклад имеет логичную структуру, корректно оформлен, список использованной литературы представлен в полном объеме. Доклад сопровождается мультимедийной-презентацией; в тексте презентации отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если доклад соответствует заданной теме, раскрыты основные положения, приведены примеры, но присутствуют отдельные недостатки. Доклад имеет чёткую структуру. В полном объёме представлены ссылки на использованную литературу. Доклад сопровождается мультимедийной презентацией, присутствуют отдельные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если доклад соответствует заданной теме, но основные положения раскрыты неполно, присутствуют теоретические ошибки. Список использованной литературы представлен не полностью. Отсутствует мультимедийная презентация.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если доклад не соответствует заданной теме, основные теоретические положения не раскрыты. Список использованной литературы отсутствует. Мультимедийная презентация отсутствует.

Методические рекомендации по подготовке творческих работ

Творческая работа – это самостоятельная работа студента, демонстрирующая не только его теоретическую подготовку, но и умение выбирать, анализировать и творчески преобразовывать исходный материал.

Этапы подготовки:

1. Выбор и согласование темы.
2. Изучение теоретических источников.
3. Подбор практических примеров, их анализ, трансформация.
4. Создание собственного творческого проекта (материала) (в случае получения подобного задания).
5. Публичное представление работы.

Критерии оценки

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если задание полностью выполнено (подобран и проанализирован теоретический материал, верно подобраны примеры, иллюстрирующие теоретические положения, представлены собственные наработки), студент уверенно представляет материал, защищает свою позицию.

2. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с небольшими недочётами (подобран и проанализирован теоретический материал, верно подобраны примеры, иллюстрирующие теоретические положения, представлены собственные наработки), студент уверенно представляет материал, защищает свою позицию.

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично (теоретический материал представлен неполно, примеры нуждаются в уточнении, собственные наработки выполнены некачественно), студент не всегда может защитить свою позицию.

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задание не выполнено (теоретический материал не проанализирован, примеры подобраны неудачно, собственные наработки отсутствуют), студент не разобрался в материале, не может защитить свою позицию.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие выбор ответа из нескольких предложенных эталонов ответа. Они основаны на изученном на предшествующих занятиях материале. Подготовка к тестированию способствует более глубокому изучению программного материала, закреплению знаний, развитию умения самостоятельно анализировать теоретические и практические аспекты дисциплины.

Для подготовки к тестированию необходимо изучить литературу по выбранной теме, повторить лекционный материал, перечитать опорный конспект, созданный в рамках подготовки к практическому занятию, выучить термины.

Тестирование проводится на практическом занятии. Преподаватель оговаривает время, отведенное для работы, после чего выдает студентам распечатанные тестовые материалы. Студент указывает в верхнем правом углу фамилию, номер группы. Затем выбирает правильный вариант ответа на каждый вопрос, обводит его. Исправления в тексте допускаются, но они нежелательны, поскольку демонстрируют неуверенность студента в собственных знаниях материала. Поэтому в случае сомнения, необходимо пропустить вопрос, а затем, после завершения работы, вернуться к нему. Необходимо также заложить время на проверку, чтобы избежать механических ошибок.

Критерии оценки

За каждый правильный ответ студент получает 2 балла. Максимальное количество баллов – 100.

Отлично – 100-90 баллов.

Хорошо – 89 – 70 баллов.

Удовлетворительно – 69-50 баллов.

Неудовлетворительно – 49 баллов и ниже.

Методические рекомендации по подготовке и сдаче экзамена

Экзамен — проверочное испытание по учебному предмету, итог освоения дисциплины, оценка результатов учебного процесса.

Цель экзамена — завершить курс изучения дисциплины, оценить уровень полученных студентом знаний.

Основные функции экзамена: обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающее значение экзаменов состоит в том, что студент в период экзаменационной сессии вновь обращается к пройденному учебному материалу, перечитывает конспект лекций, практик, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Именно во время подготовки к экзаменам «старые» знания обобщаются и переводятся на качественно новый уровень — на уровень системы как упорядоченной совокупности данных. Правильная подготовка к экзамену позволяет понять логику всего предмета в целом.

Оценивающая функция экзаменов заключается в том, что они не только обучают, но и подводят итоги знаниям студентов (что выражается в конкретной оценке). В определенной степени преподаватель-экзаменатор, выставив оценку студенту, оценивает (часто самокритично) и результаты своей деятельности.

Воспитательная функция проявляется в том, что подготовка и сдача экзамена стимулирует трудолюбие, принципиальность, ответственное отношение к делу, развивают чувство справедливости, уважения к науке, вузу и преподавателям.

При подготовке к экзамену студенту необходимо:

- Обратиться к изученному в семестре лекционному и практическому материалу, перечитать учебники и учебные пособия, рекомендованные преподавателем. Следует помнить, что для успешной сдачи экзамена необходимо разумное сочетание запоминания и понимания, простого воспроизводства учебной информации недостаточно.

- Составить план-конспект ответа (тезисы) по каждому вопросу с целью его оптимизации, формирования его структуры, вычленения главного, а также для лучшего запоминания материала.

- Заучить наизусть термины курса. Любая наука имеет свою систему понятий, которые не следует пытаться объяснить бытовым языком (своими словами), так как это приведет к искажению содержания рассматриваемых проблем.

- Продумать практические примеры, которыми можно проиллюстрировать то или иное теоретическое положение.

К экзамену необходимо начинать готовиться с первой лекции, с первого практического занятия по данному курсу. Однако далеко не все студенты сразу хотят «включаться» в такую долго-

срочную и трудоемкую работу. Чаще они выбирают «штурмовой метод», когда факты закрепляются в памяти в продолжение немногих часов или дней и лишь для того, чтобы побыстрее сдать экзамен. Однако представления, полученные таким способом, не могут дать истинных знаний. Знания, приобретенные с помощью подобного метода, как правило, менее прочные и надежные, бессистемные и формальные. Материал же, набираемый памятью постепенно, день за днем, освещенный критическим анализом, связанный ассоциациями с другими событиями и фактами и неоднократно подвергавшийся обсуждению, образует качественные знания.

В процессе проведения экзамена студент вытягивает билет, содержащий два вопроса из разных тематических блоков. Время на подготовку в экзамену – 40 минут. В этот период студент может составить план-конспект ответа, подобрать примеры, иллюстрирующие теоретические положения. Следует помнить, что ответ должен быть емким, но кратким, так как приблизительное время ответа – 10-15 минут. На экзамене преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Если первые выходят за рамки экзаменационного билета и связаны, как правило, с плохим ответом, то вторые касаются содержания билета и направлены на уточнение высказанных суждений. Дополнительные вопросы, как правило, задаются в том случае, если у студента имеются пропуски лекционных и практических занятий, несданные творческие работы, неудовлетворительные оценки по контрольным и тестовым работам и др.

Отдельно следует отметить, что при выставлении экзаменационной оценки, учитывается работа студента в семестре: посещение лекций, работа на практических занятиях, наличие сданных творческих работ, выступления с докладами, результаты контрольных работ и тестирования.

Критерии оценки знаний на экзамене

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, умеющему увязать теорию с практикой, владеющему терминологией. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях, ведение конспектов лекций, выполнение всех заданий своевременно и в соответствии с требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Не имеет задолженностей по текущему контролю.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в увязывании теории с практикой. Имеет незначительные задолженности по текущему контролю.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, а также имеет задолженности по текущему контролю.

СОДЕРЖАНИЕ

Краткое содержание лекционного материала	3
Задания к практическим занятиям	7
Материалы для оценки знаний, умений, навыков	15
Тесты текущего контроля	15
Вопросы для «Опроса» по темам дисциплины	23
Доклад-презентация	27
Вопросы к экзамену	28
Методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины	31