



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 69e4a80e9ad31ae4e240d1485b70b23

Владелец: Бельский Сергей Михайлович

Действителен с 23.11.2021 по 23.02.2023

Принято Ученым советом АНО ВО «ВгГИ»  
Протокол № 11 от «19» мая 2022 г.

Утверждаю:  
Ректор АНО ВО «ВгГИ»

С.М. Бельский  
«19» мая 2022 г.



**Программа итоговой аттестации по междисциплинарному экзамену по  
разделам:**

**«Основы журналистской деятельности. Творческая деятельность журналиста на  
телевидении и радио. История и современная журналистика Правовые и этические  
основы журналистской работы. Социология и психология журналистики.  
Экономика и менеджмент СМИ.»**

**Волгоград, 2022 г.**

## 1. Цели и задачи итоговой аттестации.

Целью итоговой аттестации (ИА) является установление уровня подготовки выпускников высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Журналистика» для реализации образовательных программ высшего образования (бакалавриат) как одной из основных форм контроля и оценки уровня и качества теоретической и практической компетентностной подготовленности выпускника к осуществлению будущей профессиональной деятельности и соответствия подготовки требованиям ФГОС ВО по данному направлению.

Задачи итоговой аттестации выпускников

- Оценить уровень практической и теоретической подготовки журналиста к выполнению профессиональных задач во всех областях профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика, включающих СМИ (газеты, журналы, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-издания) и смежных информационно-коммуникационных сферах (издательствах, пресс-службах, рекламных агентствах и агентствах связи с общественностью), а также научные исследования и педагогическую деятельность в образовательных учреждениях данного профиля.

- Определить готовность выпускника по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика к следующим видам профессиональной деятельности:

профессионально-творческая авторская журналистская деятельность;

проектно-аналитическая деятельность;

организационно-управленческая деятельность;

профессионально-прикладная деятельность.

- Выявить уровень подготовленности бакалавра по направлению подготовки 42.03.01. «Журналистика» к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ОПОП программы подготовки бакалавров и видами профессиональной деятельности:

Профессионально-творческая авторская журналистская деятельность (ведущий теле-, радиопередач, авторских рубрик и колонок):

анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных журналистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

Проектно-аналитическая деятельность (разработчик медиапроекта, менеджер контента):

сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ "повестки дня", целевой аудитории; непосредственная разработка концепции, модели, формата издания, программы, рубрики, колонки, а также проектов других типов; текущее и перспективное планирование деятельности СМИ; анализ хода реализации медиапроекта и коррекция его концепции.

Организационно-управленческая деятельность:

квалифицированное, на базе современных требований выполнение обязанностей редакционных сотрудников соответствующего профиля; анализ практики ведущих отечественных и зарубежных специалистов аналогичного профиля в целях использования профессионального опыта и совершенствования квалификации.

- Выявить уровень подготовки выпускников в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования к результатам освоения основной образовательной программе через набор определенных общекультурных и профессиональных компетенций, которые должен показать выпускник в процессе итоговой аттестации.

## **2. Содержание разделов дисциплины.**

Тематика экзаменационных вопросов соответствует разделам из учебных программ базовой и вариативной (обязательной) частей:

Основы теории журналистики  
История отечественной журналистики  
История зарубежной журналистики  
Система СМИ  
Основы журналистской деятельности  
Экономика и менеджмент СМИ  
Профессиональная этика журналиста  
Правовые основы журналистики  
Социология журналистики  
Основы рекламы и публичных отношений в СМИ  
Психология журналистики  
Региональная журналистика  
Телерадиожурналистика

### **Раздел 1. Основы теории журналистики**

#### **1. Понятие массовой информации.**

Необходимо сформулировать признаки информационного общества, определить место массовой информации среди прочих видов социальной информации, назвать ее основные признаки. Охарактеризовать потребности, которые массовая информация удовлетворяет в обществе. Рассказать об этапах массово-информационного процесса, о трех сторонах текста: семантике, синтактике и прагматике.

#### **2. Понятие аудитории СМИ.**

Необходимо дать определение аудитории средств массовой информации. Охарактеризовать типы аудитории: первичная и вторичная; расчетная, реальная, потенциальная, случайная. Рассказать о методах привлечения и удержания аудитории СМИ. Назвать основные способы исследования аудитории социологическими службами и силами самих редакций.

#### **3. Функции журналистики.**

Необходимо дать краткий обзор основных концепций, касающихся функций журналистики. Охарактеризовать идеологическую, организаторскую, просветительскую, рекламную, рекреативную функции журналистики. Объяснить связь между политическим устройством общества и задачами журналистики как социального института. Дать определение таким понятиям как пропаганда и агитация. Сформулировать собственное отношение к проблеме идеологического поведения СМИ.

#### **4. Специфика СМИ как социального института.**

Законодательные нормы, регулирующие его деятельность. Журналистика как «четвертая власть». Информационный порядок в демократическом, гуманистически ориентированном обществе. Социальные типы демократической журналистики. Государственная политика в области СМИ. Обеспечение информационной безопасности в сфере СМИ. Свобода печати и журналистской деятельности. Социально-творческие факторы свободы СМИ (свобода - необходимость - ответственность). Юридическая сторона свободы журналистики. Экономические условия и факторы свободы СМИ. Исторические типы журналистики. СМИ в переходный период развития общества.

#### **5. Профессия - журналист. Журналистская деонтология.**

Журналистика как профессия. Журналистское образование в России. Личность журналиста и профессиональная деятельность. Законодательная база деятельности журналиста. Принципы профессиональной деятельности. Виды журналистских профессий.

Деонтология как система норм деятельности журналиста. Общественные требования к СМИ. Гражданская ответственность журналиста. Журналистская этика. Правовое положение журналиста. Авторское право в журналистике. Профессиональные организации журналистов.

## **Раздел 2. История отечественной журналистики**

### **1. Возникновение печати в России. Журналистика петровского времени.**

Особенности возникновения и развития периодической печати в России. Первая русская печатная газета «Ведомости» (1702-1727 гг.). Социально-экономические и культурные предпосылки ее создания. Роль Петра I в организации газеты, ее редактировании. «Ведомости» как государственный орган печати. Тематика (пропаганда петровских преобразований, информация о военных действиях, о достижениях русской промышленности, внешней торговли, просвещения). Принципы сбора информации. Зарождение газетных жанров, язык «Ведомостей». Особенности редактирования «Ведомостей». Первые журналисты-профессионалы: Ф. Поликарпов, М. Абрамов, Я. Синявич. Значение петровских «Ведомостей» для русской журналистики и культуры в целом.

### **2. Сатирическое направление в русской журналистике второй половины XVIII века.**

Общественно-политическое состояние России во второй половине XVIII века. Начало царствования Екатерины II. Созыв законодательной Комиссии по составлению нового Уложения в 1767 г., роспуск Комиссии в 1768 г. Политика Екатерины II в области печати. Развитие оппозиционных настроений в русской журналистике второй половины XVIII века. Резкое обозначение двух направлений в журналистике 1769–1774 годов: охранительного («Всякая всячина») и оппозиционного («Трутень», «Живописец»). Роль Екатерины II в издании газеты «Всякая всячина», сатира как вид охранительной нравоучительной публицистики в понимании Екатерины II. Полемика на страницах журналов, спор о характере сатиры и его значение в истории русской литературы и журналистики. Традиционные приемы журнальной сатиры в журнале «Трутень» Н.И. Новикова.

Сатирические журналы Н.И. Новикова 1770-х годов: «Живописец», «Пустомеля», «Кошелек». Критика дворян и крепостнического режима, борьба с галломанией, с дворянским салонным жаргоном, за демократизацию русского литературного языка. Сатирическая публицистика Д.И. Фонвизина. Полемика Екатерины II с Д.И. Фонвизиным на страницах журнала «Собеседник любителей российского слова» (1783–1784 гг.). Традиции русской сатирической журналистики в изданиях И.А. Крылова. Жанровое своеобразие «Почты духов» (1789 г.).

### **3. Журналистика России в период реформ 1860-х годов.**

Общественно-политическая ситуация в России в 1860-е годы. Ослабление цензуры. Новый закон о печати 1865 г. Формирование «толстого» и «тонкого» журналов, появление новых типов издания, их характеристика.

Идейные направления в русской журналистике 1860-х годов. Основные вопросы полемики на страницах «толстых» журналов. Консервативный лагерь русской журналистики. Славянофильские издания в 1860-е годы. «Почвеннические» журналы Ф.М. и М.М. Достоевских. Издания М.Н. Каткова «Русский вестник» и «Московские ведомости». Защита дворянских привилегий, самодержавия.

Революционно-демократическая печать 1860-х годов. Журнал «Современник» в новой редакции, роль Н.Г. Чернышевского и Н.А. Некрасова в формировании программы издания. Изменение структуры и содержания журнала в 1859 г. Журнал «Русское слово» Г.Е. Благосветлова и позиция издания в литературно-политической борьбе 1860-х годов. Сатирическая печать 1860-х годов.

Характеристика ведущих газет 1860-х годов. Типы газет, их политические позиции и направления. Газета «Голос» А.А. Краевского. Развитие местной и национальной прессы в

1860-е годы.

#### **4. Типы газет начала XX века (качественные, массовые, массовые информационные).**

Качественная пресса России. Газета «Русские ведомости» (1863–1918): содержание, политическая платформа, сотрудники, аудитория. Виды массовой прессы. Газета «Россия» (1899–1902) А.В. Амфитеатрова, В.М. Дорошевича. Особая манера подачи материала. «Московский листок» (1881–1918) Н.И. Пастухова как образец русской «жёлтой» газеты. Роль репортажа и оперативной информации в «Московском листке», репортажи В.А. Гиляровского. Распространение в 1910-х годах газет бульварного типа – «копеек».

Формирование типа массовой информационной газеты. Пересечение интересов массовой и элитной аудитории, потребность аудитории в оперативной информации. Ежедневная газета «Новое время» (1868–1917). Форма подачи материала, создание корреспондентской сети, отказ от тенденциозной оценки событий, отношения с властью в «Новом времени». Личность и деятельность А.С. Суворина. Создание Сувориным контрагентства печати.

Газета «Русское слово» (1895–1918). Роль издателя И.Д. Сытина. Личность и деятельность редактора газеты В.М. Дорошевича. Организация работы и оборудование редакции, корреспондентская сеть, сотрудничество с европейскими политическими газетами. Причины популярности массовой информационной газеты.

#### **5. Становление советской журналистики после Октябрьской революции.**

Законодательная политика советской власти в области журналистики. Закрытие буржуазных газет («Русское слово», «Новое время», «Копейка») и конфискация типографий в первые дни революции. Значение декретов СНК «О печати», «О революционном трибунале печати», «О введении государственной монополии на объявления» в формировании новой системы печати и советской журналистики. Основные принципы советской журналистики.

Типология изданий первых лет Советской власти: издания Советов рабочих и крестьянских депутатов, молодёжная, профсоюзная печать, женская, военная печать. Своеобразие газеты «Гудок» и участие в ней М. Булгакова, М. Зощенко, Ю. Олеси, Д. Бедного и др. Развитие системы массовых крестьянских газет.

Новая экономическая политика. Место «независимой» прессы в системе СМИ. Передача основных функций цензуры Главному управлению по делам литературы и издательства (Главлит – постановление СНК от 6 июня 1922 г.). Характер и основные принципы его деятельности. Возрождение традиционных типов периодики. «Тонкий» еженедельный журнал в новых условиях («Огонек»). Сатирический журнал «Крокодил» и др. Личность и творчество М.Е. Кольцова.

Возрождение «толстого» литературно-художественного и общественно-политического журнала («Красная новь» (1921)).

Система СМИ 1930-х годов. Организация сети массовых газет, в том числе районной прессы. Создание партийного многоступенчатого тотального цензурного режима.

#### **6. Советская журналистика в условиях поиска путей демократизации общества во второй половине XX века.**

Необходимо рассказать о журналистике периода хрущевской оттепели (конец 1950-х – начало 1960-х годов) и провести параллели с теми изменениями, которые журналистика пережила во время Перестройки (1985–1990).

Начало политической «оттепели» (конец 1950-х – начало 1960-х годов). Доклад Н.С. Хрущёва на XX съезде партии «О культе личности и его последствиях», обсуждение доклада в прессе. Партийная тема, темы преобразования сельского хозяйства и жилищного строительства. Журнал «Новый мир» 1950–1960-х годов – ведущий журнал демократического обновления советского общества. Роль «Нового мира» в формировании гражданского общества и эстетической реабилитации действительности. Публицистика А.А. Аграновского, В.В. Овечкина, Е.Я. Дороша, В.М. Пескова, Т.Н. Тэсс, И.М. Шатуновского.

Журналистика периода реформирования и демократизации общества (1985–1990).  
Переходный период к государству открытого типа. Новый курс партии: гласность и перестройка. Миссия СМИ в условиях демократизации общества, плюрализм мнений. Ликвидация спецхранов и «книжного ГУЛАГА» в 1989–1990 гг., публикация в СМИ запрещенных ранее авторов и произведений. Рост популярности литературно-художественных журналов.

Постановление ЦК КПСС «О некоторых вопросах перестройки центральной партийной печати» (1989 г.) и создание газеты «Рабочая трибуна», журнала «Диалог». «Круглые столы» как средство формирования общественного мнения. Закон СССР «О печати и других СМИ» (1990). Первые негосударственные и независимые СМИ: радиостанция «Эхо Москвы», «Телеканал 2x2», газеты «Куранты» и «Независимая газета».

Социально-политическая значимость публицистики в годы перестройки. Темы истории страны, будущего России, возрождения сельского хозяйства, экологии, нравственной деградации в публицистике Ч. Айтматова, В.И. Белова, Е.А. Евтушенко, Д.С. Лихачева, А.И. Солженицына и др.

### **Раздел 3. История зарубежной журналистики**

#### **1. Протожурналистика: формы публицистики в Древнем мире.**

Необходимо провести исторический анализ становления пражурналистских форм в Древней Греции, в Римской республике и Римской империи и других государствах древности с Античности, раннехристианского периода до Средних веков на фоне и в соотношении с основными этапами развития общества и указанных государств. Объяснить условия становления зарождающихся жанров и стилистических приемов. Проанализировать способы распространения информации в др. мире: протогазеты, афиши, выступления на агоре, на форумах – устные и письменные формы.

#### **2. Появление печатных изданий: книги, газеты, журналы. Причины появления и их роль в экономической и политической жизни Европы и Североамериканского континента.**

Необходимо указать государства и города – центры сосредоточия интеллектуальной мысли Европы, в которых появляются сначала рукописные, а потом и печатные формы журналистики. Требуется сделать акцент на двух предшествующих событиях – изобретении книгопечатанья и Реформации. Ответить на вопрос, почему именно в Венеции, в Италии появляются рукописные формы журналистского творчества (о NeoAcademia, летучих листках новостей), и почему именно в Германии начинают печатать первые газеты (вспомнить об эпохе Реформации). Нарисовать «портрет» первой газеты: облик, содержание, роль журналистов. Банкирские издания. Первые французские периодические издания. Деятельность Т. Ренодо в «Ля Газетт».

Необходимо рассказать о развитии науки в XVII веке, о появлении научных обществ как предпосылке появления первых европейских научных журналов («Журнал ученых», 1665). Их содержание и жанровая специфика публикуемых материалов.

Причины возникновения журналистики в Новом свете. Бостонская журналистика. Публицистика Б. Франклина.

#### **3. Особенности публицистики в контексте событий крупнейших революций и войн в Европе и Северной Америке**

Вопрос дает отвечающему свободу выбора в том, на каком из исторических событий остановиться подробнее, и возможность продемонстрировать умение сравнивать, сопоставлять события, находить общие черты в журналистике в разные времена в период исторических потрясений – войн и революций. Так, в качестве анализируемых событий могут выступать: *Великая Английская буржуазная революция* (деятельность «Звездной палаты», «памфлетная война», творчество роялистов, публицистов – Дж. Мильтона, Дж. Лильберна, Дж. Уинстенли; издателей – М. Нидхема и проч.), *Война за независимость Североамериканских колоний* (позиция американских журналистов и британских; влияние

идей эпохи Просвещения на революционные настроения журналистов; творчество Б. Франклина, Т. Пейна; революционные публицисты и ораторы; роль газет в передаче военных новостей и в распространении патриотических настроений среди колонистов), *Великая Французская революция* (творчество М. Робеспьера, Ж.-П. Марата, Г.Бабефа, К. Демулена и проч. Влияние идей Вольтера и Ж.-Ж. Руссо на содержание текстов и речей публицистов, противостояние партий и развитие партийной прессы). Распространение идей аболиционизма. Творчество М. Фуллер, Дж. Ч. Харриса, Дж. Уиттера, Л. Гаррисона и проч. Политический пиар и борьба за президентский пост А. Линкольна. Отношение к проблеме рабства до и после войны: позиция прессы).

#### **4. Своеобразие просветительской журналистики в странах Европы и в Северной Америке. Специфика «персонального журнализма».**

Требуется раскрыть задачи и функции просветительской журналистики в культурном контексте эпохи: изменение функций журналистики. Журнал как форма распространения просветительской мысли. Роль жанра эссе в эпоху Просвещения. Связь журналистики с научными, религиозными и философскими идеями, литературными направлениями. Раскрытие понятия «персональный журнализм». Основные черты раннего *английского* Просвещения: деятельность Д. Дефо, Дж. Свифта, Р. Стила, Д. Аддисона. Своеобразие *американского* Просвещения: отражение просветительских идей в газете Дэвида и Б. Франклина. Журналы У. Смита, Э. Брэдфорда и Д. Уэбба. *Французское* Просвещение: П. Мариво, аббат Прево, борьба с суевериями и предрассудками Вольтера, идеи свободы Ж.-Ж. Руссо. Своеобразие *немецкого* Просвещения: эстетическая и философская проблематика. Журналы Готшеда и Лессинга. Патриотическая тематика и влияние английских журналистских образцов.

#### **5. Европейская журналистика в контексте диктаторских режимов.**

Вопрос дает отвечающему свободу выбора в том, на каком из исторических событий остановиться подробнее, и возможность продемонстрировать умение сравнивать, сопоставлять события, находить общие черты в журналистике в условиях диктаторских и авторитарных режимов, когда журналистика находится под политическим и цензурным гнетом. Необходимо сделать акцент на законодательстве в области журналистики, на цензурных ограничениях, на изменении деятельности СМИ – зависимость от власти, тематические ограничения, смещение функций журналистики в сторону пропагандистской, сокращение количества изданий и проч. В том случае, если действовали оппозиционные СМИ, указать, какие и какими способами вели борьбу с диктаторскими режимами.

#### **6. Зарубежная журналистика и промышленный переворот. Феномен «дешевой прессы» в Европе и США в XIX веке и появление «нового журнализма»**

Требуется осветить окончание периода «персонального журнализма», рассказать о новых издательских центрах и новых методах работы, выявить влияние открытий в области науки и техники на развитие журналистики. Ежедневная пресса Америки. Жанры и функции ежедневной и еженедельной печати. Первые воскресные газеты и реакция церкви на их распространение. Возникновение первых массовых газет («Сан» Б. Дэй, «Геральд» Д. Беннета). Их содержание, периодичность, цена и тиражи. Приемы привлечения массовой читательской аудитории. Реакция пуританской публики на их публикации. Первая массовая рабочая газета «Нью-Йорк-Трибюн» (1841) Х. Грили. Журналистика «идей» и журналистика «коммерции» — два исторических типа журналистики. Противостояние газеты «Таймс» и первых дешевых изданий в Великобритании. Появление крупных информационных агентств и изменение в методах работы журналистов. Необходимо назвать черты «нового журнализма»: в чем его отличие от предшествующей формы существования журналистики. Новые профессии в журналистике: репортер, художник-иллюстратор, спортивный журналист. Нью-Йоркская пресса – законодательница мод в американской журналистике. Журналистская карьера Дж. Пулитцера («Нью-Йорк Уорлд»), У. Хёрста («Нью-Йорк Джорнал»). Движение «разгребателей грязи»: основные издания и главные представители. Развитие провинциальной прессы, прессы национальных

меньшинств, женской журналистики в США. Влияние Великой депрессии на положение периодической печати. Деятельность таблоидов. Появление первых монополий, концернов в США и Европе. Влияние американских стандартов на европейскую журналистику. Английская, немецкая и французская журналистика во время Первой и в преддверии Второй мировой войны: судьбы газет и журналистов.

#### **Раздел 4. Система СМИ**

##### **1. Типология средств массовой информации.**

Назвать каналы передачи массовой информации. Сформулировать функции типологии средств массовой информации. Рассказать о различных типах СМИ, критериях их выделения.

##### **2. Развитие и перспективы информационной системы России.**

Сформулировать понятие медиа-системы. Описать исторические типы российской медиа-системы. Назвать факторы, влияющие на трансформацию медиа-системы: политический, экономический, техногенный, аудиторный. Продемонстрировать понимание тенденций в российской медиа-системе последних полутора десятилетий: огосударствление, конвергенция и т.д..

#### **Раздел 5. Основы журналистской деятельности**

##### **1. Жанровые отношения в современной российской прессе.**

Необходимо раскрыть понятие жанра, объяснить причины, повлекшие изменения в жанровой системе отечественных СМИ. Рассмотреть основные теоретические подходы к идентификации жанровых групп в современной журналистике (позиции А.А. Тертычного, Л.Е. Кройчика, А.В. Колесниченко, Г.В. Лазутиной). Раскрывая позицию А.А. Тертычного, стоит обратить внимание на жанрообразующие признаки, выделяемые данным автором, а также группы жанров. Излагая мнение Л.Е. Кройчика, необходимо охарактеризовать представленную им жанровую классификацию публицистических текстов. Проанализировать жанровую систему печатных СМИ (по своему выбору).

##### **2. Новостная журналистика в свете современных теоретических представлений.**

Необходимо раскрыть предметно-функциональные характеристики новостной журналистики, критерии новостной информации и требования к ней. Охарактеризовать основные жанровые модели новостных текстов: заметки как основного носителя новостной информации (типы информационного содержания заметки, жанровые виды заметки), репортажа, информационной корреспонденции, информационного интервью. Раскрыть способы представления информации в новостной журналистике (перевернутая пирамида, прямая пирамида, «песочные часы», «оживленная» новость, «мягкая» новость, фичер). Осветить новые формы подачи новостной информации (инфотейнмент, финишинг, эвент экшн). Раскрыть технологию работы над новостными текстами. Свой ответ можно иллюстрировать примерами из печатных СМИ.

##### **3. Аналитическая журналистика в свете современных теоретических представлений.**

Необходимо рассмотреть вопрос о месте аналитики в современной прессе и её роли в жизни современного общества. Раскрыть сущность аналитического способа отражения действительности (интерпретация, объяснение, обсуждение, полемика) с точки зрения цели, предмета и метода. Раскрыть предметные особенности анализа в журналистике (анализ события, процесса, ситуации, идеи, социальных потребностей и пр.). Охарактеризовать тематические виды анализа (политический, экономический, экологический, юридический, спортивный и пр.)

##### **4. Тема и идея журналистского произведения. *С анализом предложенного текста.***

Ответ предполагает свободное владение теоретическими определениями понятий семантика и прагматика журналистского текста, тема, предмет и объект ознакомления, актуальность, действенность, эффективность журналистского текста, информационный



повод. Способы актуализации темы. *Проиллюстрировать теоретические знания примерами из предложенного текста, определить степень его результативности.*

Сформулировать определение опорной идеи журналистского произведения, варианты Рабочей идеи как «подсказки» для аудитории. Назвать некоторые приемы повышения эффективности журналистского произведения. *В предложенном тексте выявить опорную идею, обосновать её аудиторную направленность. Сформулировать рабочую идею текста, предложить свои варианты.*

#### **5. Источники информации. Методы получения информации.**

Правильный ответ предполагает устойчивые знания методов получения сведений: коммуникативные, некоммуникативные, аналитические. Типологические характеристики источников информации. Три типа источников (по учебнику Г.В. Лазутиной). Средства и методы сбора и фиксации информации. Беседа и интервью как метод получения информации. Работа с документами по типу деятельности, по сферам их обращения. Наблюдение: средства фиксации в печатных и электронных вариантах. Социологические методы и приемы сбора информации: анкетирование, опрос, эксперимент. Формы и методы ведения радио- и телевизионной беседы. Рекомендуется построить ответ на основе собственного опыта, анализируя свой творческий процесс по созданию очерка, фильма и т.п.

#### **6. Основные элементы содержания в журналистском тексте. Методы предъявления информации.**

Рекомендуется построить ответ на этот вопрос на основе анализа предложенного текста. Перечисление основных элементов содержания (элементарных выразительных средств): фактологический ряд, образный ряд, нормативный ряд (по Лазутиной) – *уместно сопроводить примерами из газетной статьи.* Желательно сравнить точки зрения разных исследователей журналистики и соотнести образный ряд (Лазутина) с описательным рядом (Прохоров) и оценочным рядом (Гуревич).

Представить методы предъявления информации как обязательный инструментальный журналиста. Сформулировать методы фактологического ряда: констатация, описание, повествование. Выявить функциональные особенности таких методов как характеристика, объяснение, рассуждение – *проиллюстрировать примерами из текста.* Обосновать необходимость использования образного ряда методами изложения, типизации, словесной инкрустации *на примерах предложенного текста.*

#### **7. Аргументация в журналистском произведении. С анализом предложенного текста.**

Ответ предполагает знание основ логики и эристики. Логическая основа аргументации может быть продемонстрирована на примерах из предложенного текста по схеме: тезис – аргумент – структура доказательства. Законы логики, доказательство и опровержение, правдоподобные рассуждения, способы убеждения, искусство спора – *все эти теоретические выкладки желательно иллюстрировать примерами из предложенного текста.*

Следует быть готовым ответить на вопросы о использовании спора как инструмента в журналистской практике. Спор как метод получения информации. Спор как способ организации текста.

### **Раздел 6. Экономика и менеджмент СМИ**

#### **1. Экономические принципы журналистской деятельности**

Экономика СМИ как особая область практической деятельности и связанного с ней научного знания. Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ. Особенности их развития в различных общественных системах.

Экономика СМИ как предмет изучения. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Закономерности формирования и развития информационного рынка.

## **2. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции**

Величина и состав редакционного коллектива. Способы минимизации численного состава редакции. Кадровая политика редакции. Контрактная система найма. Структуры управления в редакциях СМИ. Понятие цены, проблемы и методы ценообразования. Ценовая политика редакции (учет спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Организация сбыта и распространения СМИ. Понятие цены. Проблема и методы ценообразования.

Ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Организация сбыта и распространения СМИ. Методы стимулирования продаж. Влияние монопольных структур на цены на медиа-рынке. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

## **3. Менеджмент и редакция.**

Понятие менеджмента в СМИ, его функции. Научные основы теории управления, историческое развитие менеджмента. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации. Задачи управления и разделение управленческого труда. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.). Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, подготовка кадров). Самомаркетинг журналиста. Нормы профессиональной и корпоративной этики.

Логистика в СМИ как организация непрерывного производственного процесса. Построение алгоритма работы редакции как компании. Внутренние нормы, должностные инструкции и разделение функций. Производственные совещания, планерки, рабочие планы как инструмент управления. Инструменты логистики. Логистические схемы в распространении.

## **4. Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании**

Особенности бизнес-планирования. Планирование как часть управления бизнесом. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.

Рекламная политика редакции: универсальный и специализированный подход к публикации рекламы. Источники рекламы. Система скидок, поощряющая постоянных клиентов. Виды рекламных продуктов: полоса, разворот, «накидка», обложка и т.д. Спонсоринг. Открытая и скрытая реклама. Публикация частных объявлений. Принципы медиапланирования. Определение количества рекламы, необходимой СМИ.

## **Раздел 7. Профессиональная этика журналиста**

### **1. Профессиональная этика – modus vivendi журналистики. Современное состояние и перспективы развития.**

Обоснование места и роли профессиональной этики журналистики в контексте дискуссий о природе профессиональных этик и о (не)возможности ориентации журналиста на профессиональные ценности в современных обстоятельствах. Анализ скептических точек зрения по поводу актуальности профессиональной этики журналистики; определение основных терминов; интерпретация профессиональной этики как атрибута профессии. Возможности профессиональной этики журналистики в реальной отечественной практике.

### **2. Формы этического регулирования СМИ (этические кодексы, хартии, каноны, конвенции, декларации, пакты). Органы этического регулирования СМИ.**

Профессионально-этический документ как индикатор морального измерения профессии. Назначение и модели кодексов в их многообразии. Анализ содержания типичных кодексов журналистики и способов их создания. «Работающие» и «неработающие» нормы. Эффективность кодексов журналистики. Способ самоидентификации, самоопределения. Ориентир для оценки нравов в профессии. Консультант для моральных дилемм. Система стандартов профессионально правильного поведения.

Этическая комиссия как способ работы с кодексом. Этическая комиссия как институциональная площадка саморегулирования. Виды этических комиссий: в

профессиональных ассоциациях, профессионально-общественные, профессионально-общественно-государственные.

## **Раздел 8. Правовые основы журналистики**

### **1. Законы РФ, определяющие деятельность российских СМИ.**

Отвечая на этот вопрос, выпускник дает картину правовой основы существования СМИ в Российской Федерации. Необходимо остановиться на основном законе РФ – Конституции и охарактеризовать статьи о правах человека на свободу получения и распространения информации. Кроме того, необходимо кратко остановиться на законах О СМИ, О рекламе, О Государственной тайне, об основных положениях авторского права, отраженного в Гражданском кодексе, о выборном законодательстве.

### **2. Закон о СМИ: основные положения, история появления, особенности.**

Необходимо полно рассказать о историческом значении основополагающего правового акта Российской Федерации, касающегося СМИ, об основных терминах, дающих понимание профессиональной деятельности СМИ. Кроме того, выпускник должен знать структуру закона, такие статьи, как устав редакции, регистрация СМИ, право на ответ, конфиденциальная информация, права и обязанности журналиста, о шести случаях, когда журналист, редакция СМИ не несёт ответственности за сообщаемую информацию.

### **3. Права журналиста и права человека: сходство и различие.**

В ответе на данный вопрос выпускнику необходимо проявить эрудицию, сконцентрировать знания в области правоведения, международного гуманитарного права, законодательства О СМИ. В начале ответа необходимо остановиться на правах человека, когда они возникают, как они звучат и в каком документе закреплены. Затем выпускник должен остановиться на правах журналиста, где они закреплены, как звучат, когда журналист их получает. Выпускнику необходимо остановиться на сходстве прав и найти различия, пояснить, почему журналисту прав дается больше, чем человеку. Отвечающий должен связать данную позицию с миссией СМИ по информированию общества.

### **4. Правовая основа участия СМИ в выборах.**

При подготовке на этот вопрос необходимо кратко остановиться на одном из признаков демократического общества – выборах руководителя страны, ветвей власти, на гласности этого процесса. Выпускник должен продемонстрировать знания о месте СМИ в гласности современного общества и связать это с одним из главных условий выборов президента страны, представительной власти. Отвечающий должен остановиться на законе РФ Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации. Гл VII, на законе РФ О выборах Президента России, депутатов Государственной Думы РФ Федерального собрания, на трех задачах, которые государственные и муниципальные СМИ обязаны выполнять во время выборов.

## **Раздел 9. Социология журналистики**

### **1. Принципы проведения качественного социологического исследования аудитории городской газеты.**

Социология журналистики как специальная социологическая теория. Социальная коммуникация. Основания для классификации видов социальной коммуникации. Масса, массовая коммуникация, массовая информация, массовизация. Понятия медиа и социальной коммуникации. Социология журналистики и массовые коммуникация и информация, а также их средства. Социология журналистики и социолингвистика.

Социология журналистики и социология публицистики. Социология журналистики и социожурналистика. Объект, предмет, задачи и функции социологии журналистики. Актуальность исследований и их результатов для деятельности СМИ и журналистов.

### **2. Возникновение и развитие социологии журналистики**

Возникновение социологии журналистики как специальной социологической теории. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе. Становление социологии журналистики в России и СССР.

Условия и факторы развития социологии печати, радио и телевидения в России и за рубежом. Основные этапы развития отечественной социологии СМИ в 20 веке. Поиск методологических и методических оснований. Организация и современное состояние социологических исследований СМИ в России на нынешнем этапе

## **Раздел 10. Основы рекламы и публичных отношений в СМИ**

### **1. Связи с общественностью как социальный феномен. Система связей с общественностью.**

Подходы к определению связей с общественностью как социального феномена. Структура PR-деятельности. Классификация субъектов связей с общественностью. Основные модели взаимодействия субъекта и объекта связей с общественностью. Цели и задачи PR-деятельности. Принципы классификации средств PR, соотношение цели и результата.

Роль стратегии PR в управлении процессом связей с общественностью, постановка целей PR. Базовые принципы оценки эффективности PR-деятельности. Понятие «публичный капитал». Значение публичного капитала в сфере экономики и политики. Место и роль PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Корпоративный и личный PR как система. Элементы и функции системы связей с общественностью. Связь с организационно-деятельностным подходом. Виртуальность системы PR. Эмерджентные свойства системы PR. Особенности воспроизводства системы. Динамическая устойчивость системы. Планирование и анализ PR-деятельности с точки зрения системного подхода.

### **2. Связи с общественностью и средства массовой информации.**

Понятие и характеристики основных СМИ – печатных (газеты и журналы) и электронных (радио, ТВ, Интернет). Сходство и различие основных СМИ. Специфика основных СМИ. Особенности восприятия печатной информации, телероликов, аудиоинформации (радио). Роль и влияние музыкального сопровождения. Понятие «издательского цикла» в печатных СМИ. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения PR-кампании.

PR в СМИ. Методы конструирования новостей. Понятие «информационного повода» в журналистике. Предоставление «информационных сообщений» для журналистов. Классификация новостей. Методы создания новостей. Использование праздничных и памятных дат. Приемы, позволяющие усилить новость, метод «продолгования» новости. Информационный пакет для прессы. Особенности размещения PR-материалов на телевидении, радио, в газетах и журналах.

### **3. Реклама: определение понятия. Функции рекламы. Классификации.**

Теории толкования понятия «реклама». Экономический подход. Психологический подход. Информационный подход. Социологический подход. Социокультурный подход. Отличие рекламы от публичных отношений и пропаганды. Понятия «контррекламы». Определение коммуникации. Модели коммуникации. Классификация коммуникаций.

Экономическая функция как основная в рекламном процессе. Социальная функция рекламы в обществе. Специфика коммуникативной функции рекламы. Реклама как система формирования потребительской идеологии. Манипулятивный потенциал суггестивной функции рекламы. Защитные и адаптационные функции рекламы. Эстетические функции рекламы.

### **3. Классификации рекламы. Виды рекламы.**

Виды рекламы. Классификация рекламы по содержанию: коммерческая реклама, социальная реклама, политическая реклама. Политическая реклама. Цель политической рекламы. Типы рекламодателей политической рекламы. Основные этапы становления

отечественной политической рекламы. Понятие социальной рекламы. История возникновения и развития социальной рекламы. Связь социальной рекламы с социальной политикой государства. Место социальной рекламы в деятельности некоммерческих и общественных организаций (третьего сектора). Функционирование социальной рекламы в условиях современного российского общества. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы: когнитивный компонент, психологический компонент. Особенности коммерческой рекламы. «Интернациональная» реклама.

Типы рекламы по средствам распространения. Наружная реклама: особенности восприятия, ведущая функция, основные формы подачи рекламного сообщения. Реклама на транспорте: основные формы воплощения. Витринная реклама. Типы витрин. Вывеска как вид рекламы, родственная витрине. Печатная реклама: прессовая реклама, каталог, буклет, проспект, рекламная листовка, этикетка и наклейка. Почтовая реклама (direct-mail). Радиореклама: виды радиорекламы, особенности воздействия, достоинства и недостатки. Телереклама: Контекстная реклама (интернетреклама): особенности и перспективы развития.

## **Раздел 11. Психология журналистики**

### **1. Межличностное общение в журналистской деятельности. Коммуникативная компетентность журналиста.**

Необходимо охарактеризовать отличительные черты массовой коммуникации и межличностного общения. Объяснить роль и значение обратной связи в СМИ, раскрыть формы имитации непосредственной обратной связи с помощью современных технологий. Иметь представление о субъект-субъектной (диалоговой) и субъект-объектной (монологической, манипулятивной или подавляющей) установке общения. Дать развернутое определение коммуникативной компетентности журналиста, указать на условия ее создания. Дать определение методики активного слушания и указать, каким образом с ее помощью развивается когнитивная эмпатия журналиста. Раскрыть роль осознания собственных установок, ценностей, стереотипов (понять себя – понять другого) и направленности на «партнера по общению» для развития когнитивной эмпатии. Понимать, какие факторы влияют на формирование коммуникативной компетентности журналиста: социальная сензитивность (чувствительность), понимание связи вербальных и невербальных знаков в общении (дистанция, мимика, жесты, интонации и их совпадение или нет со смыслом слов собеседника). Уметь охарактеризовать и дать заключение об уровне коммуникативной компетентности своей собственной и состоявшегося в профессии журналиста.

### **2. Проблемы психологической информационной безопасности в современном обществе.**

Оперировать понятием суверенности личности. Охарактеризовать СМИ как источник агрессии: объяснить распространение в среде детей и подростков – «заложников» искаженной картины мира, симулякров. Раскрыть проблему подмены ценностей и нравственно-духовной деградации общества, охарактеризовать ее возможные последствия (на примере фашистской Германии, сталинского Советского Союза). Объяснить проблему психологической информационной безопасности в современной журналистике.

Раскрыть, как в профессии журналист сталкивается с психологическими пограничными состояниями. Объяснить особенности восприятия информации о природных катастрофах и об экстремальных событиях, вызванных человеческим фактором (физическое, духовное насилие). Раскрыть, как репортер должен вести себя в стрессовых ситуациях. Знать стадии стресса, факторы стрессоустойчивости (внешние и внутренние). Владеть анализом того, как посттравматическое расстройство влияет на характер журналистских материалов, каковы будут последствия для аудитории. Перечислить факторы, повышающие и снижающие травматичность информации.

## **Раздел 12. Региональная журналистика**

### **1. Общая характеристика журналистики Царицына к. XIX- нач. XX века.**

Коммерческие издания «Волжско-Донской листок»; «Царицынский листок объявлений». «Царицынский вестник» (1897-1917) Е.Д. Жигмановского. История газеты, ее структура (официальная информация отделов «Правительственные распоряжения», «Телеграммы Российского телеграфного агентства», местные известия «Корреспонденции из различных мест Поволжья и Дона». Проблемы промышленности, торговли, строительство Ж/Д, обзоры «Среди газет», отдел фельетона. Царицынская печать в годы буржуазно-демократической революции (1905-1907) и последующего десятилетия.

Позиция черносотенного «Союза 17 октября» в газете «Царицынский листок». Либеральная программа партии «Народная свобода» в «Царицынском вестнике». Эсеровская программа борьбы с «полицейско-бюрократическим строем» газеты «Царицынский путь». Аграрный вопрос, утопический план социализации земли. Газета партии социал-народников «Царицынская жизнь». Освещение деятельности РСДРП, рабочий вопрос, критика народнической программы газеты «Царицынская речь».

Превращение газеты «Царицынская жизнь» (с 1909 «Царицынская мысль») в орган конституционных демократов.

### **2. Основные этапы развития журналистики Волгоградского региона в советский период.**

«Борьба» и «Сталинградская правда» как инструменты управления широкими массами. Приемы организации «гражданского участия». Советская пресса Сталинграда в 1920-1930-е гг. Проблемы восстановления С/Х, промышленности, товарооборота, налаживания кредитно-денежной системы. Организация компаний «Неделя красного пахаря», «Все на борьбу с голодом», «На работу в деревню». Отдел Рабочий и производство, рубрика «Наш лозунг – учет». Освещение строительства СТЗ и Сталгрэса.

«Борьба» в 1930-е г. - штаб соцсоревнования, организатор «переключки» предприятий, контроля общественности над строительством. «Листок рабоче-крестьянской инспекции». Рубрика «Вести из деревни». Работа выездных редакций по пропаганде коллективизации. Издание в уездах листовки «Борьба за коллективизацию».

Расширение системы СМИ в новых политико-экономических условиях: 1930–1940-е годы. Формирование сети районных газет. Царицынский союз пролетарских писателей 1921г. Использование литературных альманахов и журналов «Факел» и «Пламя» в агитационно-пропагандистских целях.

### **3. Типологические изменения системы СМИ Волгоградской области в 1990-е годы и по настоящее время**

Типологические изменения в СМИ волгоградской области в 1990-е гг. Многосубъектность СМИ Волгограда. Основные тематические направления: развитие правового государства, развитие предпринимательства, развития НКО, государственное управление и развитие местного самоуправления, международное сотрудничество, образование и исследования в области экономики, культура.

Система СМИ Волгоградской области в начале 3-его тысячелетия. Типология общественно-политических изданий. Особенности тематики, проблематики, жанровое своеобразие.

## **Раздел 13. телерадиожурналистика**

### **1. Телевидение и радио 20-60 гг XX в.**

Радио, как средство озвучивания новостей РОСТА. Радиопрограмма – родоначальник нового радио. Распространение радиовещания на всех территории СССР. Первые опыты в передаче видеосигнала. ТВ как своеобразное «зеркало» духовной и социальной жизни общества. Формирование ТВ как СМК в 1950-х годах. Противоречия и парадоксы взаимоотношений ТВ и общества. Поиски новых форм журналистской работы.

Роль местных студий в творческом развитии ТВ. сновные характеристики телевидения. Отличительные особенности ТВ от театра, радио, кино.

## **2. Телевидение и радио на современном этапе.**

Материально-технический фактор творческой деятельности аудиовизуальных СМИ: исторический аспект и современные тенденции. Роль радио и телевидения в создании информационной картины мира. Аналитическая телевизионная и радиожурналистика: выразительные возможности, формы, персоналии. Современная телерадиокомпания: структура, редакции, обязанности творческих сотрудников. Жанровые трансформации в современной телевизионной и радиожурналистике. Авторское «я» в теле- и радиопублицистике. Стилистические тенденции современной аудиовизуальной журналистики. Типология и форматы радиостанций. Тематическая и творческая специфика регионального телерадиовещания. Драматургические принципы создания произведения телевизионной журналистики. Достижения и проблемы интерактивного телерадиовещания.

## **3. Роль телевидения и радио в обществе.**

Формы телевидения и радио и их воздействие на слушателя. Роль рекламы в телевизионных и радио программах. Рейтинг и радио и телепрограмма. Игровые радио и теле передачи. Ведущий на теле и радиоканале. Специфика ТВ: телевизионная достоверность, телевизионная образность, коммуникативные качества ТВ, их опосредованность техникой и технологией. Изображение как главное выразительное средство ТВ. Элементы изображения (кадр, план, ракурс, композиция кадра). Монтаж – основополагающее средство организации экранного материала. Виды монтажа. Специфика телеизображения. Новые формы и изобразительные средства на современном телеэкране.

Телевизионная программа как сложная структура, включающая совокупность телепередач различного характера, формы, жанра. Типология теле радио программ. Структура теле и радиoproграммы. Диалогичность – универсальный принцип структуры телепрограммы. Телепрограмма как «образ» дня. Зрелищная характеристика программы, механизмы воздействия на зрителей в зрелищно-публицистической структуре телепрограммы.

## **3. Учебно-методическое и информационное обеспечение:**

### **Основная литература**

1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24845>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью : вводный курс [Текст]: Учебное пособие/ Е. Г. Калиберда.- М.: Логос, 2012.
3. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 431 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15475>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Корконосенко С.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2013.— 248 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9110>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Корконосенко С.Г. Теория журналистики. Моделирование и применение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Корконосенко С.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2013.— 248 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9110>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Лазутина Г.В. Жанры журналистского творчества [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лазутина Г.В., Распопова С.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект

- Пресс, 2011.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8844>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс]: учебник/ Лазутина Г.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8846>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
  8. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Электронный ресурс]: учебник/ Прохоров Е.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 351 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8850>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
  9. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью [Текст]: учебник для бакалавров/ И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов.- М.: Юрайт, 2014.- 552с.
  10. Фомичева И.Д. Социология СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фомичева И.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 360 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8858>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю «IPRbooks», по паролю
  11. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе [Электронный ресурс]: учебник/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 348 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10960>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
  12. Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8859>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

#### **Дополнительная литература:**

1. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Голядкин Н.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 191 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9022>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Интернет- СМИ: Теория и практика [Текст]: учебное пособие для студентов вузов/ Под ред. М. М. Лукиной.- М.: Аспект Пресс, 2013.- 348с.
3. История отечественного телевидения. Взгляд исследователей и практиков [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.Л. Вартанова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8949>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ Е.Л. Вартанова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2014.— 400 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8837>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Прутцков Г.В. История зарубежной журналистики 1929-2013 [Электронный ресурс]: учебно-методический комплект (учебное пособие, хрестоматия)/Прутцков Г.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 432 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8853>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Рябинина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Рябинина Н.З.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2012.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9133>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитич Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 255 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8855>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Сидоров В.А. 10 Рассуждений о социологии журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сидоров В.А.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Петрополис, 2012.— 312 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27042>.— ЭБС



«IPRbooks», по паролю

9. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Тертычный А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 352 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8856>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

10. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование[Текст]: учебник/ Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин.- М.: Дашков и К, 2013.- 488с.

11. Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8859>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

### **3.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. URL:<http://www.rsl.ru>(Российская государственная библиотека)
2. URL:<http://www.nlr.ru> (Российская национальная библиотека)
3. URL:[www.poynter.ru](http://www.poynter.ru)(Институт Пойнтера)
4. URL:[www.ru-j.ru](http://www.ru-j.ru) (Союз журналистов России)
5. URL:[www.cjes.ru](http://www.cjes.ru)(Центр экстремальной журналистики России)
6. URL:[www.gdf.ru](http://www.gdf.ru)(Фонд защиты гласности)
7. URL:[www.eartist.narod.ru](http://www.eartist.narod.ru) (библиотека работ по журналистике)
8. URL:[www.gipp.ru](http://www.gipp.ru) (Гильдия издателей периодической печати (ГИПП))
9. URL:[www.journalist-virt.ru](http://www.journalist-virt.ru) (журнал "Журналист")
10. URL:[www.mediareview.by.ru](http://www.mediareview.by.ru)(Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования)
11. URL:[www.mediasprut.ru](http://www.mediasprut.ru)(проект "МедиаСпрут")
12. URL:[www.pdi.ru](http://www.pdi.ru) (Институт развития прессы (ИРП))
13. URL:<http://Witrina.ru> (портал печатных СМИ России)
14. URL: <http://www.vggi.ru/> сайт ВГГИ
15. URL:<http://www.rg.ru> - Российская газета
16. URL:<http://www.ict.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Информационно-телекоммуникационные технологии в образовании»
17. URL:<http://www.edu.ru/> Федеральный портал «Российское образование»
18. URL:[http://window.edu.ru/library?p\\_rubr=2.1](http://window.edu.ru/library?p_rubr=2.1) Федеральный образовательный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» / библиотека
19. URL:<http://www.humanities.edu.ru/> Федеральный портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование»
20. URL:<http://www.openet.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Российский портал открытого образования»

### **3.3. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

СПС «Консультант Плюс» (локальная сеть Института)  
ЭБС «IPRbooks»[URL:http://www.iprbookshop.ru/11020](http://www.iprbookshop.ru/11020) или локальная сеть Института  
Компьютерная презентация лекций (PowerPoint)  
Рабочее место, оборудованное компьютером с выходом в сеть Интернет  
Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)  
Электронная почта студента ВГГИ ([\\_\\_\\_\\_\\_@vggi.ru](mailto:_____@vggi.ru))  
Поисковые системы: <http://www.yandex.ru/>; <https://www.google.ru/>; <https://mail.ru/>

Автономная некоммерческая организация  
высшего образования  
**«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»**

**Рассмотрено и утверждено**  
на заседании кафедры

**Оценочные материалы**

**Итогового междисциплинарного экзамена по направлению  
подготовки 42.03.01 «Журналистика»**

Волгоград 2022 г.

#### **4.1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы**

##### *Общекультурные компетенции (ОК):*

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-3);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-5);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-6);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-7);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-8);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-9);

способностью использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-10).

##### *Общепрофессиональные компетенции (ОПК):*

способностью осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности (ОПК-1);

способностью ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

способностью понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций (ОПК-3);

способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности (ОПК-4);

способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности (ОПК-5);

способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ (ОПК-6);

способностью руководствоваться в профессиональной деятельности правовыми нормами, регулирующими функционирование СМИ (ОПК-7);

способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике (ОПК-8);

способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним (ОПК-9);

способностью учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте (ОПК-10);

способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11);

способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы (ОПК-12);

способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними (ОПК-13);

способностью базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов (ОПК-14);

способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиoproграмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика) (ОПК-15);

быть способным использовать современные методы редакторской работы (ОПК-16);

способностью эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности (ОПК-17);

способностью эффективно использовать иностранный язык в связи с профессиональными задачами (ОПК-18);

способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация) (ОПК-19);

способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ (ОПК-20);

способностью применять знание основ паблик рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-22).

*Профессиональные компетенции (ПК):*

журналистская авторская деятельность:

способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть

методами сбора информации, ее проверки и анализа (ПК-1);

способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2);

редакторская деятельность:

способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3);

проектно-аналитическая деятельность:

способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

организационно-управленческая деятельность:

способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5);

социально-организаторская деятельность:

способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6);

производственно-технологическая деятельность:

способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радиoproграммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями (ПК-7).

#### 4.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

При проведении процедуры оценивания по итоговой аттестации используется четырехбальная шкала оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

| Наименование и код компетенции   | Показатели оценивания (знания, умения, навыки)  | Шкала оценивания | Критерии оценивания   |
|--|---|------------------|---|
| способностью осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности (ОПК-1); способность ориентироваться в | <b>Знать:</b> основные философские принципы, законы, категории, также их содержание и взаимосвязи, мировоззренческие и методологические основы мышления; роль философии в формировании ценностных ориентаций в профессиональной деятельности; лексико-грамматический набор слов по журналистике в объеме, необходимом для работы с иноязычными текстами в процессе профессиональной | отлично<br>0     | Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки:<br>систематизированные, полные знания по всем вопросам, входящим в показатель «знать» соответствующего цикла;<br>свободное владение юридической терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;<br>четкое представление о |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);</p> <p>способностью понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций (ОПК-3);</p> <p>способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития отечественной литературы и журналистики, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности (ОПК-4);</p> <p>способностью ориентироваться в основных этапах и процессах развития зарубежной литературы и журналистики, использовать этот опыт в профессиональной деятельности (ОПК-5);</p> <p>способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ (ОПК-6);</p> | <p>деятельности; основные положения и методы экономической науки и хозяйствования, особенности функционирования российских рынков; роль государства в согласовании интересов общества; принципы и методы организации и управления малыми коллективами; основные закономерности создания и функционирования информационных процессов в социальной сфере; методы и средства поиска, систематизации и обработки информации; природу и сущность государства и права; основные закономерности возникновения, функционирования и развития государства и права, исторические типы и формы государства и права, их сущность и функции; особенности конституционного строя, правового положения граждан, форм государственного устройства, организации и функционирования системы органов государства и местного самоуправления в России; теории массовой информации, понимать специфику массовых коммуникаций в системе социальных коммуникаций, сущность масскоммуникационного процесса, особенности массовой информации и функционирования СМИ как важнейшего вида массовой коммуникации в современном обществе; природу современного информационного общества, специфику журналистики, ее функции и принципы, особенности массовой информации, понимать взаимосвязанность проблем свободы и социальной ответственности в журналистике, важность следования принципам, новых форм организации</p> | <p>сущности, характере и взаимосвязях юридических понятий и юридически значимых явлений;</p> <p>способность толковать законы и другие нормативные правовые акты, юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства;</p> <p>умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;</p> <p>умение использовать научные достижения юридических и других связанных с ними дисциплин;</p> <p>ориентирование в специальной литературе и знание положений руководящих разъяснениях высших судебных инстанций;</p> <p>знание основных проблем юридической дисциплины.</p> <p>бегло ориентируется в основном объеме законодательства Российской Федерации;</p> <p>правильно применяет нормативный акт при наличии коллизии правовых норм;</p> <p>грамотно использует категории «аналогия права» или «аналогия закона»;</p> <p>умеет корректировать правоприменительную деятельность в соответствии с изменениями в действующем законодательстве;</p> <p>проводит правильную юридическую квалификацию правового отношения;</p> <p>свободно владеет нормативно-правовым материалом, регулирующие отношения в сфере существования конфликта, а также способностями его правильного применения в практической деятельности;</p> <p>составлять правовые документы</p> <p>Уместоперировать юридическими понятиями и</p> |
|--|---|--|

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>способностью руководствоваться в профессиональной деятельности правовыми нормами, регулируемыми функционирование СМИ (ОПК-7);</p> <p>способностью следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике (ОПК-8);</p> <p>способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним (ОПК-9);</p> <p>способностью учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте (ОПК-10);</p> <p>способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и</p> | <p>информационных предприятий (издательские дома, группы, концерны, холдинги, «империи СМИ» и т.п.), типологию изданий, типологическое описание изданий или программ вещания, прогнозировать социальные эффекты журналистских публикаций, этико-правовых основ журналистики и готовность применять их в профессиональной деятельности, историю и современное состояние отечественной и зарубежной журналистики, лексико-морфологически, синтаксических, словообразовательных и изобразительно-выразительных особенностей официально-делового, научного, публицистического, разговорного стилей, закономерности формирования и развития информационного рынка, правовых и экономических форм организации информационного бизнеса, основ редакционно-издательского маркетинга, специфики дизайна периодических изданий и готовность применять эти знания в профессиональной деятельности, журналистских специализаций и профилизаций: по средствам информации, по тематической, жанровой направленности, по должностным и функциональным признакам, имиджу и т.п., особенностей правового и этического регулирования рекламной деятельности в СМИ, методов и форм деятельности PR-структур, способов взаимодействия СМИ и аудитории.</p> <p><b>Уметь:</b> ориентироваться в системе философского знания как целостного представления об основах мироздания и перспективах планетарного социума;</p> | <p>категориями; анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы; принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; осуществлять правовую экспертизу нормативных правовых актов; давать квалифицированные юридические заключения и консультации; правильно составлять и оформлять юридические документы; применять технико-криминалистические средства и методы; планировать и осуществлять деятельность по предупреждению и профилактике правонарушений; выявлять, давать оценку и содействовать пресечению коррупционного поведения;</p> <p>Владеет: юридической терминологией; навыками работы с правовыми актами; навыками: анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности; анализа правоприменительной и правоохранительной практики; разрешения правовых проблем и коллизий; реализации норм материального и процессуального права; принятия необходимых мер защиты прав человека и гражданина; методикой квалификации и разграничения различных видов правонарушений</p> |
|---|---|---|

|  |  |               |  |
|--|--|---------------|--|
| <p>углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11);</p> <p>способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы (ОПК-12);</p> <p>способностью следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними (ОПК-13);</p> <p>способностью базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов (ОПК-14);</p> <p>способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных</p> | <p>понимать характерные особенности современного этапа развития философии; применять принципы и законы, формы и методы познания в профессиональной деятельности; читать и переводить иноязычные тексты профессиональной направленности; использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач; базируясь на полученных знаниях анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ, проанализировать предложенный преподавателем журналистский материал, касающийся какой-либо актуальной проблемы современной журналистики, раскрывать сюжет и ко, участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами, осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, PR- и рекламных агентств, аудитории, сотрудничать с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой</p> | <p>хорошо</p> | <p>Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки:</p> <p>в основном полные знания по всем вопросам тем, формирующим цикл; владение юридической терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы; четкое представление о сущности и взаимосвязях юридически значимых явлений;</p> <p>умение обосновать излагаемый материал практическими примерами; способность толковать законы и другие нормативные правовые акты, юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства;</p> <p>ориентирование в руководящих разъяснениях высших судебных инстанций и знание их содержания. бегло ориентируется в основном объеме законодательства Российской Федерации;</p> <p>правильно применяет нормативный акт при наличии коллизии правых норм; грамотно использует категории «аналогия права» или «аналогия закона»;</p> <p>умеет корректировать правоприменительную деятельность в соответствии с изменениями в действующем законодательстве;</p> <p>проводит правильную юридическую квалификацию правового отношения; свободно владеет нормативно-правовым материалом, регулирующие отношения в сфере существования конфликта, а также способностями его</p> |
|--|--|---------------|--|



|   |  |                   |  |
|---|--|-------------------|--|
| <p>изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика) (ОПК-15);</p> <p>быть способным использовать современные методы редакторской работы (ОПК-16);</p> <p>способностью эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в профессиональной деятельности (ОПК-17);</p> <p>способностью эффективно использовать иностранный язык в связи с профессиональными задачами (ОПК-18);</p> <p>способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация) (ОПК-19);</p> <p>способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ (ОПК-20);</p> <p>способностью</p> | <p>(традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ (телевидении, радио, печати).</p> <p><b>Навыки (владеть):</b> цифровыми технологиями и техникой для решения задач профессиональной деятельности (научно-исследовательской и журналистской), навыками логического анализа высказываний и письменных текстов, основами мастерства публичного выступления (доклада, отчета, презентации), навыками сбора, обработки и подачи журналистской информации для деловых СМИ, методикой мониторинга СМК, в частности методами, пригодными для исследования материалов деловой тематики, навыками работы с источниками информации, разнообразными методами ее, их проверки, селекции и анализа в различных сферах жизни общества, которые освещаются в СМИ, основными понятиями, ориентироваться в структуре текста, речевом строе художественного произведения, определять жанры литературного произведения, редактировать печатный текст, аудио-, видео- и интернет-материал, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов, навыками коллективной</p> |                   | <p>правильного применения в практической деятельности; составлять правовые документы</p> <p>Умеет: оперировать юридическими понятиями и категориями; анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы; принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; осуществлять правовую экспертизу нормативных правовых актов; давать квалифицированные юридические заключения и консультации; правильно составлять и оформлять юридические документы; применять технико-криминалистические средства и методы;</p> <p>Владеет: юридической терминологией; навыками работы с правовыми актами; навыками: анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности; анализа правоприменительной и правоохранительной практики; разрешения правовых проблем и коллизий; реализации норм материального и процессуального права; принятия необходимых мер защиты прав человека и гражданина;</p> |
|   |  | удовлетворительно | Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки:   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p>применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21);</p> <p>способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-22).</p> <p>4.3. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:</p> <p>способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа (ПК-1);</p> <p>способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2);</p> <p>способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими</p> | <p>работы, оперативно готовить материал с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ, в различных жанрах, форматах для размещения на различных мультимедийных платформах – печатных, вещательных, онлайн-овых, мобильных, обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций, владение навыками по созданию мультимедийных историй: написанию текста, планированию визуальных элементов для фото- и видеоматериалов, что составляет базовые технологические умения в мультимедийной журналистике. способностью ориентироваться в современной системе источников информации в целом и по отдельным отраслям знаний и сферам общественной практики, знанием и умением владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, умением использовать различные программные средства, базы данных, работать в Интернете и использовать его ресурсы, пользоваться поисковыми системами, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p> | <p>фрагментарные знания при ответе;</p> <p>владение юридической терминологией;</p> <p>не полное представление о сущности и взаимосвязях юридически значимых явлений и процессов;</p> <p>умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;</p> <p>способность толковать законы и другие нормативные правовые акты, юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства;</p> <p>ориентируется в основном объеме законодательства Российской Федерации;</p> <p>правильно применяет нормативный акт при наличии коллизии правовых норм;</p> <p>грамотно использует категории «аналогия права» или «аналогия закона»;</p> <p>умеет корректировать правоприменительную деятельность в соответствии с изменениями в действующем законодательстве;</p> <p>проводит правильную юридическую квалификацию правового отношения;</p> <p>владеет нормативно-правовым материалом, регулирующие отношения в сфере существования конфликта, а также способностями его правильного применения в практической деятельности;</p> <p>Умеет оперировать юридическими понятиями и категориями; анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы;</p> <p>Владеет: юридической терминологией; навыками работы с правовыми актами;</p> |
|---|--|---|

|   |  |                            |   |
|---|--|----------------------------|---|
| <p>требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3);</p> <p>способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);</p> <p>организационно-управленческая деятельность:</p> <p>способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5);</p> <p>способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6);</p> <p>способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радиопрограммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями (ПК-7).</p> |  |                            | <p>навыками: анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности;</p>  |
|   |  | <p>неудовлетворительно</p> | <p>Выставляется студенту, если он продемонстрировал: отсутствие знаний и умений; отсутствие представления о сущности, характере и взаимосвязях юридически значимых явлений; неумение владеть юридической терминологией; отсутствие сформированных навыков; отсутствие сформированной компетенции;</p> |

**4.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы**

**Вопросы к экзамену**

## **Основы теории журналистики**

1. Определение понятия «журналистика». (М.М. Ковалевой, С.Г. Корконосенко, Л.Г. Свитич). Концепция журналистики как массово - информационной деятельности Е.П. Прохорова.
2. Информационно-коммуникативная природа журналистики. СМИ как особый вид массовых коммуникаций.
3. Пражурналистские явления. Социально-политические, идейные, экономические, культурно-образовательные, материально-технические предпосылки возникновения журналистики.
4. Проблема жанра в современной журналистике. Жанрообразующие признаки. Жанры в печати, на радио, ТВ, в интернете.
5. Концепции свободы журналистики (концепция полной свободы журналистики («Ареопагитика» Джона Мильтона), концепция государственного контроля над журналистикой («Левиафан» Томаса Гоббса), центристские идеи Джона Локка. Авторитарная концепция (идеи Жан-Жака Руссо и Георга Гегеля). Либеральная концепция (идеи Давида Юма и Джона Стюарта Милля).
6. Виды систем журналистики. Авторитарная система журналистики (феодално-монархический, религиозно-клерикальный, либертарианский, фашистский типы систем).
7. Концепция социальной ответственности журналистики.
8. Журналистика как социальная система
9. Социально-творческие факторы свободы СМИ (свобода - необходимость - ответственность).
10. Тенденции развития СМИ: коммерциализация, конвергенция, глобализация.

## **История отечественной журналистики**

1. Роль М.В. Ломоносова в развитии русской журналистики.
2. Возникновение, становление развития русской журналистики XVIII в. Начало отечественной печати.
3. сатирические журналы Н.И. Новикова «Трутень», «Живописец», А.П. Сумарокова «Трудолюбивая пчела», Екатерины II «Всякая всячина».
4. Журналистика первой четверти 19 века. Poleмика о путях развития журналистики, образование литературных обществ.
5. Журналистика 1820-1830-х годов. Общество и печать. Становление энциклопедизма в журналистике.
6. Пушкин-журналист и редактор («Литературная газета» и «Современник»).
7. . Московская школа журналистики. Издания Н.И. Надеждина «Телескоп» «Молва».
8. Журналистская деятельность В.Г. Белинского.
9. Публицистика и критика Н.Г. Чернышевского и Н.А. Добролюбова. Сатирическое приложение Добролюбова «Свисток».
10. Общая типологическая характеристика журнальной периодики 1868-1884-х годов. Основные направления в журналистике.
11. Русская периодика в 1890-е – н.20 в., типология прессы.
12. Эволюция «толстых журналов». «Вестник Европы», «Русское богатство» под руководством Н.К. Михайловского, «Мир Божий»).
13. Особенности функционирования журналистики в начале XX в.
14. Журналистика первого советского Десятилетия (1917-1927 гг.). Формирование советской журналистики. Типология советской печати.
15. Система СМИ накануне Второй мировой войны. Особенности массовой работы печати и радио, форм их взаимодействия в годы войны.

16. Пресса периода оттепели Доклад Н. Хрущева на XX съезде КПСС. Советская журналистика как система единого информационно-пропагандистского комплекса Новые журнальные издания.
17. Развитие ТАСС и АПН. Роль радио и телевидения в информационном пространстве.
18. СМИ второй половины 1980-начала 90х годов (партийные и оппозиционные издания). Печать неформальных организаций.
19. Перестройка в деятельность радиовещания и телевидения. Создание Российской телерадиокомпании.
20. Печать последнего десятилетия 20 в. Новые виды изданий. Типология современной российской периодической печати.

### **История зарубежной журналистики**

1. Особенности преджурналистики в Античности .Отличительные особенности публицистики Средневековья.
2. Изобретение книгопечатания как фактор развития журналистики. Особенности публицистики Эпохи Возрождения.
3. Пьетро Аретино и его деятельность в качестве публициста.
4. Понятие «газета»; происхождение названия. Первые газеты Германии.
5. Общая характеристика первых английских газет.
6. Первые французские газеты.Французская «La Gazette» как образец первых европейских газет.
7. Печать и проблемы авторского права в зарубежной журналистике.
8. Эволюция рекламы в первых газетных изданиях.
9. Особенности просветительской журналистики 18 века.
10. Понятие персонального журнализма; его представители.
11. Английская журналистика 18 -19 вв.
12. Французская журналистика 18 века. Отражение в ней революционных идей.
13. Влияние политических процессов на журналистику Франции 19 века.
14. Появление журналистики в английских колониях Северной Америки.Пресса США времен Войны за независимость.

### **Система СМИ**

1. Методы и методики типологического анализа. Виды научных классификаций СМИ по типу издания.
2. Этапы становления медиарынка в постсоветской России. Структуры собственности в российской медиаиндустрии. Рынок как фактор развития медиасистем.
3. Система современных российских СМИ. СМИ в контексте социальных изменений последнего десятилетия. Основные тренды развития системы.
4. Модель региональной газеты. Профили государственных и независимых изданий. Информационная политика и коммуникативные стратегии газет «Волгоградская правда», «Областные вести», «Интер».
5. Таблоид как тип издания. Профили таблоидов «КП» и «МК». Региональные вклады и выпуски.
6. Система специализированных изданий. Этапы становления деловых изданий (1989-2011).
7. Деловые СМИ как инфраструктура экономики и сегмент медиарынка. Функции деловых изданий, субъекты информационного участия. Стандарты качественной информации для деловых изданий.
8. Специализированные, узкоспециализированные и профессиональные издания как подвиды деловой прессы.
9. Система корпоративной печати, виды корпоративной прессы их коммуникативные стратегии.

10. Литературно-художественные издания. Концепция «ЛГ».

### **Основы журналистской деятельности**

1. История возникновения профессии журналиста. Профессиональные особенности личности журналиста.
2. Специфика журналистского творчества. Виды творческой деятельности журналиста.
3. Двусторонняя природа массовой коммуникации.
4. Структура творческого процесса. Творческий акт.
5. Способ творческой деятельности журналиста.
6. Активная жизненная позиция журналиста как условие творческого процесса.
7. Профессиональное общение журналиста.
8. Основные источники информации для журналиста.
9. Методы и приемы сбора информации.
10. Состав профессиональных обязанностей журналиста в СМИ.
11. Правовая культура журналиста.
12. Профессиональная этика журналиста.
13. Журналистское произведение как особый вид текста. Актуальность журналистского произведения.
14. Логическая аргументация в журналистском тексте.
15. Сюжет и композиция в журналистском тексте.
16. Драматургия журналистского произведения.

### **Экономика и менеджмент СМИ**

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
3. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ.
4. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
5. Бизнес-план редакции, его свойства, назначение и типология.
6. Редакция СМИ как организация, ее структура и штатное расписание.
7. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг.
8. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
9. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
10. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
11. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
12. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
13. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
14. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
15. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
16. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
17. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
18. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
19. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
20. Общередакционные и издательские расходы в структуре затрат редакции.

### **Профессиональная этика журналиста**

1. Формирование профессионально-этических взглядов в журналистике.

2. Этические проблемы журналистской практики. Место и роль нравственных представлений в профессиональном сознании журналистского сообщества.
3. Базовые профессионально-этические принципы журналиста. Сходство и различие права и этики.
4. Социальная действительность как источник этических коллизий в профессиональной деятельности журналистов. Правовая, деонтологическая природа коллизий.
5. Кодекс профессиональной этики российского журналиста: общая характеристика.
6. Этика в комплексе профессиональной квалификации журналиста. Типичные формы злоупотребления свободой массовой информации
7. Органы этического регулирования журналистской этики. Неправительственные и международные Комиссии по этике.
8. Нравственные критерии в профессиональной журналистской деятельности.
9. Причины возникновения профессиональной этики. Нарушение и защита прав журналистов.

### **Правовые основы журналистики**

1. Понятие права и массово-информационного права
2. История принятия Закона о СМИ. Создание правовой базы для частных СМИ
3. Законодательство о СМИ в зарубежных странах
4. Устав редакции и устав юридического лица. Содержание устава юридического лица и устава редакции
5. Порядок прекращения деятельности СМИ
6. Законодательство о порядке освещения деятельности органов власти в государственных СМИ
7. Доктрина информационной безопасности
8. Право на доступ к информации. Права и обязанности журналистов
9. Свобода информации и конфиденциальные сведения
10. Государственная тайна. Конфиденциальная информация. Ответственность журналиста за распространение секретной информации
11. Аккредитация журналистов
12. Регулирование и контроль телерадиовещания
13. Порядок лицензирования вещателей в России. Приостановление действия и аннулирование лицензии
14. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах». Автор произведения. Правомерное использование произведений
15. Авторское право на интервью, на новостное сообщение, на программу телепередач
16. Реклама и свобода массовой информации
17. История принятия и общие положения Федерального закона «О рекламе». Особенности рекламы в радио- и телепрограммах

### **Социология журналистики.**

1. Предмет, цель, задачи, функции социологии журналистики.
2. Роль и значение СМИ в теории социокультурного воздействия массовой коммуникации на жизнь общества (М. Маклюэн).
3. Понятие и особенности «массовой культуры»: роль СМИ в ее тиражировании
4. Социальная система и журналист. Коммуникатор, информатор, медиатор, реципиент как субъекты информационных отношений.
5. Свобода СМИ и ответственность журналиста.
6. Журналист в массовой коммуникации: социальная роль и ее творческая реализация.
7. Информационная политика государства. Понятие информационной безопасности.
8. Система СМИ России: структура, специфика информационных каналов и их взаимодействие.

9. Социальный и профессиональный статусы журналиста. Самоидентификация творческого работника СМИ.
10. Проблема партийности журналиста и ее актуализация в прессе современной России.
11. Социальные аспекты личности журналиста. Нравственно-этические начала журналистской деятельности
12. Журналистика как институт социального контроля: особенности реализации социального контроля в журналистике.
13. Аудитория СМИ: цель и методы изучения. Сущность и значение обратной связи.
14. Общественное мнение и мнение аудитории. Манипуляция общественным мнением в СМИ.

### **Основы рекламы и публик рилейшнз в СМИ**

1. История возникновения PR как сферы профессиональной деятельности.
2. Цели и задачи деятельности по связям с общественностью. Сходство и различия связей с общественностью, рекламы и пропаганды.
3. Основные обязанности специалиста по связям с общественностью.
4. Понятие «общественности» в теории и практике публик рилейшенз. Способы типологизации «общественности».
5. Хронология и динамика развития деятельности по связям с общественностью в России и за рубежом..
6. Понятие специального события (сценарий, программа освещения, формирование информационных поводов, пресс-релиз).
7. Подразделения по связям с общественностью. Типы, структура и основные направления деятельности.
8. Фирменный стиль. Составляющие фирменного стиля. Методика создания и примеры.
9. Понятие организационной структуры управления. PR-подразделения в высших органах государственной власти.
10. PR-подразделения в коммерческих структурах и общественных организациях.
11. Международные и российские профессиональные организации и ассоциации по связям с общественностью.
12. Общественное мнение как объект связей с общественностью. Принципы управления общественным мнением. Стереотипизация и механизмы формирования общественного мнения.
13. Управление информацией. Информационная стратегия. Информационный повод и его оформление.
14. Использование базовых документов по связям с общественностью в отношениях со СМИ.
15. Взаимосвязь понятий имиджа, репутации и публицити. Имиджевые характеристики.
16. Имидж как средство воздействия на массовое сознание. Корпоративный имидж: определение, структура, функции.

### **Психология журналистики**

1. Предмет, объект и задачи психологии журналистики. Психологическая культура журналиста.
2. Понимание медиа М. Маклюэном. Концепция М. Маклюэна о «холодных» и «горячих» масс-медиа.
3. Масс-медиа как инструмент формирования стереотипов и мифов.
4. Манипулятивные приемы в рекламе. Механизмы защиты от манипулятивного воздействия масс-медиа.
5. Механизмы коммуникативного воздействия.
6. Стили руководства (классификация К. Левина).
7. Механизм и динамика конфликта. Стратегии поведения в конфликте.



8. Виды невербальной коммуникации. Технология невербального общения.
9. Психологические приемы эффективного общения.
10. Психологические барьеры общения в работе журналиста.
11. Общение как восприятие людьми друг друга.
12. Эффекты установки в процессе профессионального общения.
13. Самопрезентация как компонент журналистской практики.
14. Особенности и формы проявления внутриличностных конфликтов. Способы разрешения внутриличностного конфликта.
15. Высокая самоэффективность в профессиональной деятельности журналиста.
16. Журналистика как экстремальная и стрессогенная профессия.
17. Психологическое воздействие новостей и чрезвычайных событий.
18. Психологическое воздействие медианасилия на психику зрителей.

### **Региональная журналистика**

1. Зарождение и становление печати Царицына (1885-1917). Коммерческие издания «Волжско-Донской листок»; «Царицынский листок объявлений» «Царицынский вестник» (1897-1917) Е.Д. Жигмановского.
2. Создание сети партийно-советской печати в первые годы советской власти.. Партийно-советский орган «Борьба».
3. Крестьянские газеты «Беднота», «Дон».
4. Организация местного Бюро печати (1918).
5. Царицынские газеты в годы гражданской войны (1918-1920).
6. Советская пресса Сталинграда в 1920-1930-е гг.
7. «Сталинградская правда» в годы ВОВ и послевоенное пятилетие. Организация работы редакции, тематика выступления. Роль газеты в создании народного ополчения, трудового фронта. Пропаганда военного опыта. Образ героического защитника города. Рубрика «Наши великие предки».
8. Роль местной прессы в восстановительный период: раздел «Сталинград сегодня».
9. Экономика – центральная тема газеты «Волгоградская правда» (1960-1980). Вопросы технического прогресса, резервов предприятий, передовых методов труда. Рубрика «Проверяем выполнение соцобязательств».
10. Организация массовой работы редакций в годы Советской власти.
11. Принципы гласности СМИ Волгограда в 1980-е гг.: тема развития производственной демократии, тема формирования правового государства, тема совершенствования работы Советов, экологическая пропаганда на страницах ВП, МЛ, ВВ
12. Типологические изменения в СМИ волгоградской области в 1990-е гг. Система СМИ Волгоградской области в начале 3-его тысячелетия. Типология общественно-политических изданий.

### **Телерадиожурналистика**

1. Социальные и технические предпосылки создания отечественного радиовещания
2. Государственная программа организации советского радиовещания. Акционерное общество «Радиопередача».
3. Первые декреты советской власти о радио. Становление «гражданского радио».
4. Проблемы периодизации отечественного радиовещания. Схема периодизации.
5. Реформы радиовещания в начале 30-х годов.
6. Реорганизация советского радиовещания в годы Великой Отечественной войны (1941 - 1945 г.г.). Советское радиовещание на зарубежные страны в годы Великой Отечественной войны.
7. Радиовещание в первые послевоенные годы (1945 - 1949 г.г.).
8. Постановления 1960 - 1962 г.г. Структура многопрограммного вещания.

9. Развитие радиовещания РФ в 1990-е годы. Организация и структура современного радиовещания России.
10. Государственное радиовещание, его уровни. Негосударственное радиовещание («Эхо Москвы», «Русское радио» и др.).
11. Роль и место радиовещания в системе средств массовой информации России.
12. Радио как важнейшее средство оперативной информации. Формы и жанры радиоинформации.
13. Выразительные средства радиожурналистики.
14. Интернет и радиовещание
15. Жанры современной тележурналистики.
16. Профессия телерепортера.
17. Особенности создания текста тележурналистом.

#### **4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы**

Основными функциями процедуры оценивания являются: ориентация образовательного процесса на достижение планируемых результатов освоения основной образовательной программы высшего образования и обеспечение эффективной обратной связи, позволяющей осуществлять управление образовательным процессом.

При проведении итоговой аттестации студентов важно помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний, умений, навыков студентов. Проверка, контроль и оценка знаний, умений, навыков студента, требуют учета его индивидуального стиля в осуществлении учебной деятельности. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

Критерии, формы и процедуры оценивания должны быть одинаково понятны всем обучающимся. Студенты заранее информируются о том, какие их образовательные результаты будут оцениваться, и в какой форме будет проходить оценивание. Оценивание должно быть своевременным. Оценивание должно быть эффективным.

Процедура оценки при проведении итоговой аттестации включает оценку индивидуальных достижений каждого обучающегося в ходе проведения итоговой аттестации; оценку уровня сложившихся компетенции при обучении по образовательной программе.

Для того чтобы при проведении процедуры оценивания соблюдались принципы проведения процедур оценивания, необходимо:

- определять цели проведения итоговой аттестации по дисциплинам междисциплинарного экзамена;
- разъяснять обучающимся способы проверки результатов достижения указанных целей;
- сформировать и довести до обучающегося фонд оценочных средств для проверки достижения сформулированных образовательных результатов;
- проводить консультации (до начала проведения процедуры итоговой аттестации) для достижения цели итоговой аттестации».

Процедуры оценки при итоговой аттестации по дисциплинам междисциплинарного экзамена включают: мониторинг сформированности основных знаний, умений, навыков, сложившихся при освоении образовательной программы «журналистики» в форме экзамена, проводящегося в устной форме в присутствии членов итоговой комиссии во главе с председателем итоговой комиссии.

Процедура оценивания качества итоговых результатов включает:

- Устный ответ выпускника;

- Беседу по вопросам, включенным в итоговое задание выпускника;
- Обсуждение результатов;
- Фиксацию результатов

*Алгоритм процедуры оценивания итогового экзамена включает:*

- полноту и конкретность ответа;
- последовательность и логику изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде примеров и пр.;
- уровень культуры речи;
- качество подготовки;
- степень усвоения знаний;
- ценные и конструктивные предложения;

*Параметры оценивания.* Оценка знаний, умений, навыков студента определяется по шкале оценивания, определённой в настоящей учебной программе.

*Фиксация результатов.* Формы представления образовательных результатов:

- протокол итоговой комиссии;
- зачетная книжка.

Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний, умений и навыков студентов по дисциплине комиссия руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- умение оперировать журналистскими понятиями и категориями;
- умение грамотно анализировать факты и создавать на их основе журналистские материалы;
- развитие навыков самостоятельной работы с публицистическими источниками, учебной и научной литературой при решении поставленных задач.