

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»**

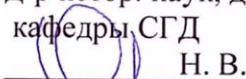


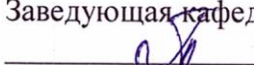
Т.В. Поштарева
2021 г.


**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Организация работы со средствами массовой информации»**


Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

год начала подготовки – 2021

Разработана
Д-р истор. наук, доцент, доцент
кафедры СГД

Н. В. Овсянникова

Согласована
Заведующая кафедрой СГД

Т.В. Поштарева

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «25» мая 2021 г.
протокол № 10
Зав. кафедрой  Т.В. Поштарева

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «25» мая 2021 г.
протокол № 9
Председатель УМК
 Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2021 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Занятия семинарского типа	7
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	8
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
8.1. Основная литература	9
8.2. Дополнительная литература	9
8.3. Программное обеспечение	10
8.4. Профессиональные базы данных	10
8.5. Информационные справочные системы	10
8.6. Интернет-ресурсы	10
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	10
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	16
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	16
Приложение к рабочей программе дисциплины	17
Дополнения и изменения в рабочей программе	-

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Организация работы со средствами массовой информации» является формирование компетенций в области медиарилейшнз, способности участвовать в процессе выпуска коммуникационного продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Организация работы со средствами массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины части Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.12) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам обучающихся при освоении данной дисциплины: студенты должны владеть знаниями в областях рекламы в средствах массовой информации, PR-поддержки и способов сопровождения рекламной кампании, владеть теорией, практикой и коммуникационными стратегиями связей с общественностью, а также теоретическими основами деятельности средств массовой информации. Обучающемуся требуются умения использовать возможности программного обеспечения и ресурсов Интернет, навыки работы в Интернет, обладать способностью к деловой коммуникации в профессиональной сфере, способностью к критике, самокритике.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Реклама в средствах массовой информации	Маркетинг в рекламе и PR
PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Преддипломная практика
Теория и практика средств массовой информации	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых

		коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		А
Контактная работа (всего)	42,5	42,5
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них:		
- лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	20	20
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	101,5	101,5
в том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	75	75
Подготовка к аттестации	26,5	26,5
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б

Контактная работа (всего)	16,5	16,5
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	6	6
из них		
- лекции	6	6
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них		
- семинары (С)		
- практические занятия (ПР)	10	10
- лабораторные работы (ЛР)		
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа		
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
Самостоятельная работа (всего) (СР)	127,5	127,5
в том числе:		
Курсовой проект (работа)		
Расчетно-графические работы		
Контрольная работа		
Реферат		
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	119	119
Подготовка к аттестации	8,5	8,5
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Медиарилейшнз: структура и содержание	Медиарилейшнз как форма отношений государственных и коммерческих структур со СМИ для поддержания имиджа и репутации организации или первого лица. Базовые понятия медиарилейшнз. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Создание медийного образа организации. Оптимальная информационная среда субъекта, позитивное общественное мнение о субъекте, эффективное и регулярное паблисити как результаты эффективной работы со СМИ. Понятие медийного капитала. Опосредованное влияние на аудиторию в медиарилейшнз. Медиарилейшнз как управление информацией. Обязательные формы медиарилейшнз (система регулярного информирования СМИ, мероприятия для журналистов, мониторинг СМИ, подготовка выступлений представителей субъекта PR, корпоративные СМИ).
2.	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	Коммуникатор, аудитория, эффективность масс-медиа. Сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации. Современный медиарынок: структура, принципы управления и организации. Политическая ориентация и экономическая специфика деятельности конкретных медиа. Технологические особенности печатного, теле- и радиопроизводства, рейтинга эфирного и печатного продукта, целевая рекламная политика. Типовые и видовые характеристики СМИ. Классификация «редакционных систем» по ориентации на различные функции (М.В. Шкондин): политическая, производственная, деловая, рекламная, научная, художественная, учебно-образовательная. Типология по формам организации и собственности (Н.А. Ефимова, Ю.В. Рахманова): СМИ общественных движений и организаций; медиасредства госструктур управления; СМИ предприятий, ведомств, корпораций. Динамическая теория мировой прессы Э. Шиллингер. СМИ,

		<p>ориентированные на а) самосохранение общества, б) на идейное доминирование, в) на прибыль.</p> <p>Группы классификационных признаков: особенности целей и задач, особенности аудитории, специфика распространения, количественные характеристики, особенности информационной политики. Особенности работы с различными СМИ. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. Применение системного подхода (поиск, критический анализ и синтез информации) для решения поставленных задач в процессе организации работы со СМИ.</p>
3.	Принципы работы со СМИ	<p>Формальные и неформальные принципы работы со СМИ. Массовые и индивидуальные формы работы со СМИ и их сотрудниками.</p> <p>Новость в медиарелейшнз. Информационный повод.</p> <p>Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. Способы направления информационных потоков. Информационное сегментирование, информационное ускорение, дезинформация, информационное давление, информационный шум. Создание повестки дня. Как бороться с негативизмом СМИ. Популизм, стереотипизация, создание идеалов, снятие защиты, смещение акцентов, «пробный шар», изменение масштабов, канализация негативных эмоций, символизация как приемы информационного воздействия и управления в медиарелейшнз. Формирование журналистского сообщества.</p> <p>Медиарелейшнз: этический аспект. Противоречие должного и действительного в отношениях двух социальных институтов современного информационного общества в условиях глобализации.</p> <p>Доверительность отношений PR-специалистов и сотрудников СМИ, достоверность предоставляемой информации, наличие двусторонних интересов, корректность, точность и пунктуальность в отношениях — проблема использования приведенного реестра принципов. Создание профессиональных сообществ. О способах участия в организации работ СМИ, при выпуске коммуникационного продукта. Управление в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью и организация процесса создания коммуникационного продукта в процессе взаимодействия со СМИ.</p>
4.	PR-текст как инструмент в медиарелейшнз	<p>PR-текст. Система медиадокументов.</p> <p>Пресс-релиз как основной документ в медиарелейшнз. Типы пресс-релизов. Композиционно-содержательная структура пресс-релиза. Другие медиадокументы. Использование фотографий в PR-текстах. Проблема «рекламности» и достоверности PR-текстов.</p> <p>Средства и способы распространения PR-текстов. PR-тексты в Интернете. Комментарий как форма «заочного» общения с журналистами. Организованная утка информации. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.</p>
5.	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	<p>Система мероприятий для журналистов (пресс-конференции, брифинги, встречи, пресс-туры, неформальные мероприятия).</p> <p>Организация пресс-конференций как один из основных методов работы со СМИ. Функции, регламент, действующие лица и исполнители. Время и место проведения пресс-конференции. Подготовительный этап: составление плана действий, определение состава участников, оповещение и приглашение СМИ, подготовительная работа в день пресс-конференции. Проведение пресс-конференции: открытие пресс-конференции, выступления модератора и спикера, кульминация и окончание пресс-конференции. Организация работы после пресс-конференции. Организация выпуск продукции СМИ с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p>
6.	Пресс-служба в медиарелейшнз	<p>Условия создания и место пресс-служб в структуре организации. Функции пресс-служб (аналитические, креативные, организационные) в медиарелейшнз. Стратегические цели и задачи пресс-службы. Коммерческое взаимодействие организации со СМИ. Пресс-посредническая деятельность. Специфика деятельности пресс-службы органов государственной власти.</p> <p>Специфика медиарелейшнз в деятельности НКО.</p>
7.	Корпоративные	<p>Сущность, виды корпоративных СМИ. Функции, тематика, формат. Влияние</p>

	СМИ	внутренних коммуникаций на внешнюю коммуникационную активность организации. «Внешние» и «внутренние» корпоративные СМИ. СМИ, предназначенные для информирования юридических лиц учредителей. Издания, ориентированные на клиентов компании. Издания для персонала и для внешней аудитории. Универсальные корпоративные издания. Внутрикorporативные коммуникации: аудит, официальные собрания персонала, исследования уровня удовлетворенности персонала, корпоративные издания, Интранет. Информационно-отраслевые порталы, сайты коммерческого взаимодействия, виртуальные офисы, «brandland». Возможности медиарилейшнз on-line. Участие в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий при работе со СМИ.
8.	Медиарилейшнз в условиях кризиса	Кризисы конфликты коммуникационного пространства. Типы конфликтов: с внешней общественностью и внутри организационные, участниками которых выступают разные виды аудитории. Факторы превращения пассивной группы в активную общественность (Дж. Грюниг): осознание проблемы, осознание ограничений, уровень включенности. Смысловые, организационные, социокультурные и медиа-барьеры в коммуникации организации с общественностью. Причины конфликтов с медиа: отсутствие интереса к деятельности компании; нежелание руководства предоставлять информацию журналистам; отсутствие оперативного реагирования на запросы журналистов. Работа с негативными материалами СМИ; с недостоверной информацией; с критическим и искаженным освещением; собственно кризисное освещение событий. Медиарилейшнз на основе модели «ситуация - цель - стратегия - тактика - контроль». Факторы, влияющие на эффективность медиарилейшнз в кризисных ситуациях. Приемы и технологии кризисных медиарилейшнз. Создании рекламного продукта реализуемого через СМИ

5.2. Структура дисциплины Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Медиарилейшнз: структура и содержание	14	2	-	2	-	10
2	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	14	2	-	2	-	10
3	Принципы работы со СМИ	14	2	-	2	-	10
4	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	13	2	-	2	-	9
5	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	17	4	-	4	-	9
6	Пресс-служба в медиарилейшнз	17	4	-	4	-	9
7	Корпоративные СМИ	13	2	-	2	-	9
8	Медиарилейшнз в условиях кризиса	13	2	-	2	-	9
	Групповые консультации	27	-	-	-	-	
	Промежуточная аттестация - Экзамен	2	-	-	-	-	
	Общий объем	144	20	-	20	-	75

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Медиарилейшнз: структура и содержание	18	2		2		14
2	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	18	2		2		14
3	Принципы работы со СМИ	20	2		2		16
4	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	17	-		2		15
5	Мероприятия для журналистов и с	17	-		2		15

	участием журналистов.					
6	Пресс-служба в медиарилейшнз	15	-	-		15
7	Корпоративные СМИ	15	-	-		15
8	Медиарилейшнз в условиях кризиса	15	-	-		15
	Промежуточная аттестация - Экзамен	9				
	Общий объем	144	6	10		119

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Тема	Количество часов
1	1	ПР	Медиарилейшнз: структура и содержание	2
2	2	ПР	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	2
3	3	ПР	Принципы работы со СМИ	2
4	4	ПР	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	2
5	5	ПР	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	4
6	6	ПР	Пресс-служба в медиарилейшнз	4
7	7	ПР	Корпоративные СМИ	2
8	8	ПР	Медиарилейшнз в условиях кризиса	2

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Тема	Количество часов
1	1	ПР	Медиарилейшнз: структура и содержание	2
2	2	ПР	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	2
3	3	ПР	Принципы работы со СМИ	2
4	4	ПР	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	2
5	5	ПР	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	2

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)

не предусмотрены

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
6.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
7.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	9

	Подготовка конспектов по теме	
8.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	14
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	14
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
6.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
7.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
8.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

При подготовке студентов применяется самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1.	ЛК	Лекция с запланированными ошибками	2
5.	ПР	Групповая дискуссия	2
6.	ПР	Практические задания	2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
3	ПР	Групповая дискуссия	2
4.	ПР	Практические задания	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
------------------	--------------------------	------------	----------------------	----------------------

4	ПР	Разработать структуру выступления перед группой аккредитованных журналистов (объект обсуждения - на выбор обучающегося, например, событие, выход на рынок новой услуги, кризисная ситуация и т.д.)	2	2
6	ПР	Составить пресс-релиз конкретного мероприятия (мероприятие - на выбор обучающегося, например, участие руководителя организации в общественном мероприятии, корпоративное собрание, международная конференция и т.д.)	2	-

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Головлева, Е. Л. Теория и практика современной коммуникации : учебник для вузов / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 192 с. — ISBN 978-5-906912-92-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74742.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Чефранов, С. Д. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для вузов / С. Д. Чефранов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13110-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/466069>.

8.2. Дополнительная литература

1. Маркасов, М. Ю. Теория и практика массовой информации : учебно-методический комплекс / М. Ю. Маркасов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 199 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69562.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Чепкина, Э. В. Проблемы толерантности в средствах массовой информации : учебно-методическое пособие / Э. В. Чепкина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 116 с. — ISBN 978-5-7996-1898-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66580.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Язык средств массовой информации : учебное пособие для вузов / О. В. Александрова, И. О. Александрова, Ю. Д. Артамонова [и др.] ; под редакцией М. Н. Володина. — Москва : Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 760 с. — ISBN 978-5-8291-0991-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office 2007 Standard

8.4. Профессиональные базы данных

Международная реферативная база журналов и статей Web of Science - <http://info.clarivate.com/rcis>

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека – <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>
Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>
Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>
Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>
Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>
Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>
Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>
Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.рф>
Российская ассоциация по связям с общественностью – <https://www.raso.ru>.
Союз предприятий печатной индустрии – <https://www.gipp.ru>
Национальная Ассоциация Телерадиовещателей – <http://www.nat.ru/>
Союз участников рынка инфокоммуникационных услуг –
https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Инфокоммуникационный_союз

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовке темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле (интерактивном). Интерактивный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы студента

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к экзамену, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность ошибок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

- При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение семестра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете

затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

Методические указания по подготовке к экзамену

Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение учебного года (семестра);
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете.

Подготовку к экзамену необходимо целесообразно начать с планирования и подбора источников и литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти.

Предложенная методика непосредственной подготовки к экзамену может быть и изменена. Так, для студентов, которые считают, что они усвоили программный материал в полном объеме и уверены в прочности своих знаний, достаточно быстрого повторения учебного материала. Основное время они могут уделить углубленному изучению отдельных, наиболее сложных, дискуссионных проблем.

Литература для подготовки к экзамену указана в программе курса.

Однозначно сказать, каким именно учебником нужно пользоваться для подготовки к экзамену нельзя, потому что учебники пишутся разными авторами, представляющими свою, иногда отличную от других, точку зрения по различным научным проблемам. Поэтому для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к экзамену учебники и учебные пособия по экологическому праву, рекомендованные Министерством образования и науки.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.

Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий. А это достигается не простым заучиванием, а усвоением прочных,

систематизированных знаний, аналитическим мышлением. Следовательно, непосредственная подготовка к экзамену должна в разумных пропорциях сочетать и запоминание, и понимание программного материала.

В этот период полезным может быть общение студентов с преподавателями по дисциплине на групповых и индивидуальных консультациях.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечная система– <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ru>).

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

Приложение к рабочей программе дисциплины
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
 КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**
 по дисциплине «Организация работы со средствами массовой информации»

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ
 ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации	Устный опрос (вопрос № 3,4); Тест (№6, 8, 9-11, 18, 20)	Устный опрос (вопрос №4,7)
		Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач	Практические задания (№ 5)	Практические задания (№ 5)
		Владет навыками поиска, анализа и обработки информации	Практические задания (№ 2)	Практические задания (№ 2)
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Устный опрос (вопрос № 12)	Устный опрос (вопрос №21)
		Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Практические задания (№ 5)	Практические задания (№ 5)
		Владет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции	Практические задания (№ 6)	Практические задания (№ 6)
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний,	Устный опрос (вопрос № 17)	Устный опрос (вопрос №34)

	продукции	оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов		
		Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Практические задания (№ 3)	Практические задания (№ 3)
		Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Практические задания (№ 3)	Практические задания (№ 3)
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента	Устный опрос (вопрос №22)	Устный опрос (вопрос №39)
		Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента	Практические задания (№ 6)	Практические задания (№ 6)
		Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента	Практические задания (№ 6)	Практические задания (№ 6)
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Устный опрос (вопрос №23)	Устный опрос (вопрос №20)
		Умеет работать с большими объемами информации	Практические задания (№ 6)	Практические задания (№ 6)
		Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации	Практические задания (№ 4)	Практические задания (№ 4)

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

Процедура оценивания происходит с использованием метода тестирования, оценки практических заданий, ответа при устном опросе.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Экзамен – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросу экзаменационного билета.

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, приведенных в п. 3.4.

Вопросы к экзамену доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – до 30 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы или решение практико-ориентированных заданий в пределах предметной области экзаменационного задания.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1 Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Фирма М, для продвижения своих товаров, решила расширить свои рынки сбыта. Используя интернет, специалисты по рекламе могут использовать популярные сайты и ресурсы для продвижения своих товаров.

1. Опишите алгоритм, организации выпуска рекламной продукции в интернете.

2. Возможно ли использовать иные средства для продвижения товаров?
3. Каким образом организуется процесс создания рекламного продукта?

Задание 2.

Проведите аналитическую работу по уяснению медийной ситуации. Используя основные навыки поиска, анализа и обработки информации, определите приоритетные для сотрудничества СМИ, а также наиболее перспективные журналистские персоналии.

1. Проверьте, нет ли у вашей организации или у ее босса лично деловых отношений с владельцами интересующих вас СМИ.
2. Решите, можете ли вы использовать рекламный бюджет для «выбивания» у редактора информационного бонуса.
3. Завяжите личные знакомства с наиболее перспективными представителями СМИ.
4. Сделайте все, что необходимо, для появления у вашей организации круга «доверенных журналистов».
5. Разработайте план мероприятий для СМИ на ближайший год.
6. Разработайте систему информационных поводов на ближайший год.
7. Четко определите и постоянно уточняйте адресный лист рассылки пресс-релизов.

Задание 3.

Компания «Медком» выпускает на рынок новое лекарство от головной боли. Этап жизненного цикла товара – внедрение. Проведение рекламной компании затруднено законами Российской Федерации.

1. Подскажите, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара?
2. Опишите ход участия в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий при работе со СМИ, интегрируйте различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Разработайте концепцию продвижения рассматриваемого товара, сформируйте коммуникационные цели и маркетинговые стратегии.

Задание 4.

В некоем отдаленной местности, славящейся своей экологией и тишиной, планируется строительство крупного химического комбината. В силу ряда причин (удобного транспортного расположения, близости разведанных запасов сырья для химической промышленности и т.п.) химической корпорации (выступающей в данном случае в качестве организации) строительство гиганта «большой химии» именно в данной местности очень выгодно. Однако население (общественность) от данной перспективы далеко не в восторге – планируются коллективные обращения к властям, пикеты, демонстрации и т.п. В дело вступают корпоративные специалисты по public relations. Их задача, естественно, – воздействовать на общественность, для того чтобы сделать ее отношение к строительству комбината лояльным. Без взаимных уступок здесь не обойтись – организация будет вынуждена потратить определенные деньги на совершенствование своего замысла, общественности придется поступиться рядом стереотипов поведения.

Дополнительные условия

Мы исходим из того, что все шаги организации должны быть открытыми и гласными, намерения – позитивными, обещания – однозначно выполнимыми.

Формулировка задачи

Требуется разработать максимально подробно пошаговую стратегию компромисса для достижения «точки согласования» интересов организации и общественности используя интернет ресурсы при выпуске рекламных сообщений, используя навыки осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации.

Задание 5.

Проанализируйте специфику применения системного подхода (поиск, критический анализ и синтез информации) для решения следующих задач в процессе организации работы со СМИ, обобщите результаты проведенного анализа. Создайте модель медиапланирования средств массовой коммуникации для создания благоприятного образа (имиджа) организации, в которой Вы работаете. Для этого:

- а) наиболее полно обозначьте критерии целевой аудитории, определив ее характеристики по половозрастным, образовательным, профессиональным признакам, по доходу, образу жизни, районам (регионам) проживания, а также обоснуйте необходимую для достижения планируемых результатов интенсивность информационного воздействия;
- б) объясните, какие факторы (временные, пространственные и т. п.) делают Вашу аудиторию однородным статистическим сообществом?
- в) в соответствии с целями воздействия, что для Вас наиболее приоритетно: охват, частота или качество контактов?

г) исходя из этого, сколько медиасредств Вы решили выбрать (одно, два, больше)? Наиболее рациональное с Вашей точки зрения их сочетание.
Обоснуйте своё решение.

Задание 6.

Используя навыки анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции, проанализируйте ход управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью и организация процесса создания коммуникационного продукта в процессе взаимодействия со СМИ. Фирма по выпуску джинсовой одежды разработала новую ассортиментную линию джинсовых костюмов, предназначенных для молодых, самостоятельных, деловых людей, которые покупают одежду в специализированных магазинах.

Проведенные маркетинговые исследования показали, что мужчин, которые покупают одежду этой фирмы можно разделить на 5 групп:

- Сторонники универсального потребления (приверженцы торговой марки, носят джинсы и на работе и дома);
- Сторонники традиционного потребления (следят за тенденциями моды, ведут ночной образ жизни);
- Покупатели, ориентирующиеся на цену (предпочитают покупать товар со скидкой);
- Приверженцы традиций (потребитель в возрасте старше 45 лет, совершает покупки в сопровождении жены);
- Сторонники классической моды и независимого образа жизни (любят делать покупки самостоятельно и в специализированных магазинах).

1. Выберите и обоснуйте рекламную стратегию продвижения в СМИ и интернете.
2. Разработайте рекламный слоган для каждой категории.
3. С помощью навыков работы с большими объемами информации выберите оптимальные каналы распространения рекламы, используя современные коммуникационные технологии.
4. Предложите дополнительные мероприятия по рекламе для каждой категории клиентов.
5. Сформируйте рабочую группу по созданию контента интернет-магазина, распределите работы, скоординируйте взаимодействие между членами группы в целях наполнения и редактирования контента

Критерии и шкала оценивания решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	Хорошо ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем

	содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.
--	---

3.2 Перечень типовых тестовых заданий

1. Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации – это...

- а) репортаж
- б) пресс-релиз
- в) интервью

2. Что обычно распространяют посредством пресс-релизов?

- а) аналитические материалы
- б) коммерческую информацию
- в) новости

3. Главное требование к пресс-релизу?

- а) наличие заголовка
- б) наличие общественно-значимого факта
- в) наличие аналитики
- г) наличие коммерческой информации

4. ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» был принят Государственной Думой...

- а) в 1995 году
- б) в 1998 году
- в) в 2000 году

5. Когда вступил в силу закон о СМИ?

- а) в январе 1991 года
- б) в феврале 1992 года
- в) в январе 1990 года

6. Как называются организации, собирающие и, как правило, на платной основе, обеспечивающие новостями СМИ, государственные, общественные и коммерческие учреждения?

- а) институты общественного мнения
- б) информационные агентства
- в) службы мониторинга

7. Производство чего в настоящее время делается из тряпичной ветоши?

- а) газеты
- б) открытки
- в) денежные купюры

8. Соотнесите, из какого языка происходит слово «газета» и что оно обозначает.

- а) немецкого 1. листок бумаги
- б) итальянского 2. листок новостей
- в) французского 3. мелкая разменная монета

9. Особенность репортажа заключается в...

- а) справедливости
- б) событийности
- в) точности

10. Одной из основных характеристик репортажа является...

- а) наличие проблемы
- б) наличие комментатора
- в) оперативность

11. К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-то действий или событий?

- а) фиксированный
- б) прямой
- в) синхронный
- г) оперативный
- д) событийный

12. Функции телевидения?

- а) мобилизационная
- б) психологическая
- в) развлекательная
- г) инновационная

- 13. В каком году началось телевизионное вещание в СССР?**
 а) в 1931
 б) в 1940
 в) в 1945
- 14. Кто является «отцом» современного телевидения?**
 а) Смирнов
 б) Попов
 в) Розинг
- 15. Кому принадлежит заслуга введения в обиход термина «телевидение»?**
 а) П.И. Бахметьеву
 б) К.Д. Перскому
 в) А.Г. Столетову
- 16. Когда телевидение начало свое регулярное вещание?**
 а) 1 октября
 б) 1 ноября
 в) 1 декабря
- 17. Основные способы передачи телевизионной информации?**
 а) повременной
 б) фрагментарный
 в) последовательный
- 18. Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям?**
 а) инновационная
 б) информационная
 в) развлекательная
 г) мобилизационная
 д) организационная
- 19. Какая дата считается днем создания радио?**
 а) 5 мая 1885
 б) 7 мая 1895
 в) 12 мая 1895
- 20. Какой вид СМИ характеризуется широким охватом, высокими «проникающими» способностями и высокой частотой контакта?**
 а) ТВ
 б) журнал
 в) радио
- 21. Основной строительный материал радиопередач?**
 а) записи
 б) слово
 в) звук
 г) музыка
- 22. Первым видом информации распространявшейся в сети была...**
 а) переписка
 б) заметки о важных событиях дня
 в) документы, описывавшие устройство и эксплуатацию Интернета
- 23. В каком году был установлен первый интерфейс?**
 а) в 1940
 б) в 1969
 в) в 1985
- 24. Что послужило причиной подписания президентом США Эйзенхауэром документа о создании Агентства по перспективным научным проектам и исследованиям (DARPA)?**
 а) достижения в области научно-технического прогресса
 б) запуск Советским Союзом первого искусственного спутника Земли
 в) разработка ракетных носителей для доставки ядерного и водородного оружия
- 25. Система NORAD рассматривалась как...**
 а) система связи между научно-исследовательскими центрами и крупнейшими университетами
 б) система для оперативного обмена информацией между учеными, занимающимися важными проблемами
 в) система раннего оповещения о пусках ракет

26. Кто в октябре 1972 года организовал большую демонстрацию ARPANET на Международной конференции по компьютерным коммуникациям?

- а) Роберт Канн
- б) С. Крокер
- в) Дуг Энгельбарт

27. В каком году появился e-mail?

- а) 1972
- б) 1970
- в) 1957

28. Когда Интернет начали использовать для повседневных компьютерных коммуникаций люди разных категорий?

- а) с первого дня создания «Интернета»
- б) к 1985 году
- в) к 1988 году

29. Совет по развитию «Интернет» появился ...

- а) в 1972 году
- б) в 1982 году
- в) в 1992 году

30. Кем 24 октября 1995 года была одобрена резолюция, определяющая термин «Интернет»?

- а) Советом по конфигурационному управлению Интернетом
- б) Советом по развитию «Интернет»
- в) Федеральным сетевым советом

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

3.3 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Медиарилейшнз как научный предмет и сумма технологий.
2. Реклама в СМК: формы сосуществования с основной информацией.
3. Сущность, свойства, виды и источники информации.
4. Методы поиска и критического анализа информации
5. Классификация услуг в области прямой и непрямой рекламы.
6. Факторы, определяющие состав и границы целевой аудитории. Понятие потенциальной и реальной аудитории.
7. Принципы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
8. Формы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
9. Количественные и качественные методы анализа аудитории.
10. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов.
11. Особенности взаимодействия с прессой, радио- и тележурналистами.
12. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
13. Креативные, маркетинговые и технологические факторы рекламного производства.
14. Виды документов, необходимых в медиарилейшнз. Требования к составлению этих документов.
15. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения рекламы товара «Х»/компания «Х».
16. Разветвленность информационной сети в современном обществе и стратегия коммуникатора в этих условиях.
17. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценка конкурентоспособности продуктов и конкурентов.
18. Анализ возможностей прессы как средства эффективной ПР-коммуникации.
19. Анализ возможностей радио как средства эффективной ПР-коммуникации.
20. Анализ возможностей телевидения как средства эффективной ПР-коммуникации.
21. Особенности медиапланирования социальной рекламы.
22. Интернет как средство массовой коммуникации. Коммуникативные стратегии и тактики ПР-специалиста в Интернете. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
23. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.

24. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
25. Принципы выбора канала распространения ПР-информации. Медиамикс.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив организации работы со СМИ; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем организации работы со СМИ используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание организации работы со СМИ; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.4. Перечень типовых вопросов для устного ответа на экзамене

1. Медиарилейшнз как научный предмет и сумма технологий.
2. Реклама в СМК: формы сосуществования с основной информацией.
3. Классификация услуг в области прямой и непрямой рекламы.
4. Источники информации: сущность, свойства, виды.
5. Факторы, определяющие состав и границы целевой аудитории. Понятие потенциальной и реальной аудитории.
6. Принципы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
7. Формы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
8. Количественные и качественные методы анализа аудитории. Методы поиска и критического анализа информации.
9. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов.
10. Особенности взаимодействия с прессой, радио- и тележурналистами.
11. Креативные, маркетинговые и технологические факторы рекламного производства.
12. Виды документов, необходимых в медиарилейшнз. Требования к составлению этих документов.
13. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения рекламы товара «Х»/компании «Х».
14. Разветвленность информационной сети в современном обществе и стратегия коммуникатора в этих условиях.
15. Анализ возможностей прессы как средства эффективной ПР-коммуникации.
16. Анализ возможностей радио как средства эффективной ПР-коммуникации.
17. Анализ возможностей телевидения как средства эффективной ПР-коммуникации.
18. Особенности медиапланирования социальной рекламы.
19. Интернет как средство массовой коммуникации. Коммуникативные стратегии и тактики ПР-специалиста в Интернете.
20. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.

21. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
22. Принципы выбора канала распространения ПР-информации. Медиамикс.
23. Компьютерное моделирование в медиапланировании.
24. Формы наружной рекламы.
25. Мониторинг состояний информационной и индустриальной среды. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ.
26. Эффекты и эффективность деятельности СМК.
27. Методы и единицы измерения аудитории конкретных радиотелепередач.
28. Рейтинги радио- и телепередач и информационная политика организации.
29. Контроль выполнения плана информационной кампании и оценка ее эффективности.
30. Рейтинги радио- и телепередач и рекламная политика СМК.
31. Взаимодействие с журналистским сообществом и роль менеджера по связям со СМИ.
32. Принципы организации и функционирования корпоративной пресс-службы.
33. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценка конкурентоспособности продуктов и конкурентов.
34. Технологии формирования новостных поводов для продвижения имиджа организации.
35. Формы подачи информационно-новостных мероприятий: тексты и мероприятия
36. Жанры PR-журналистики: от пресс-релиза до качественной PR-аналитики.
37. Специфика текстов связей с общественностью.
38. Материалы для публикации в СМИ и распространения среди журналистов.
39. Пресс-пакет и его составляющие. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
40. Пресс-релиз как основной информационный документ. Особенности структуры и стиля пресс-релиза.
41. Язык и стиль заявления для прессы.
42. Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.
43. Идеальная пресс-конференция: от сценария до итоговых публикаций.

3.5. Контрольные практические задания

Задание 1.

Задание 1. Пробуйте определить наиболее вероятные кризисные ситуации для событий А в деятельности организации Б (задаются преподавателем). Выработайте рекомендации, чтобы избежать этих кризисов, и минимизировать ущерб в случае его возникновения.

Задание 2.

Проанализируйте коммуникативные потоки Северо-Кавказского федерального университета, Северо-Кавказского социального института, других образовательных организаций в плане привлечения абитуриентов для учёбы в организацию. Используя основные навыки поиска, анализа и обработки информации, ответьте на следующие вопросы:

- Какие средства коммуникации используют образовательные организации?
- Какие ещё средства коммуникации можно использовать?
- Какие коммуникативные потоки, по вашему мнению, наиболее эффективные?

Разработайте комплекс средств коммуникации, который необходим для привлечения абитуриентов в Северо-Кавказский социальный институт.

Разработайте план мероприятий для СМИ на ближайший год.

Разработайте систему информационных поводов на ближайший год.

Что нужно сделать, чтобы предложенный Вами комплекс заработал?

Задание 3.

Минпромторг России планирует вернуть «Знак качества» для лучших российских продуктов. Предложите программу продвижения этого знака в России:

1. Определите, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара?

2. Составьте медиаплан.

3. Опишите ход участия в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий при работе со СМИ, интегрируйте различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.

4. Разработайте концепцию продвижения рассматриваемого товара в социальных сетях, сформируйте коммуникационные цели и маркетинговые стратегии.

Задание 4.

В некоем приморском городе, славящейся своей экологией и тишиной, планируется строительство крупной федеральной трассы. В силу ряда причин строительство трассы именно в данной местности очень выгодно. Однако население (общественность) от данной перспективы далеко не в восторге – планируются коллективные обращения к властям, пикеты, демонстрации и т.п. В дело вступают корпоративные специалисты по public relations. Их задача, естественно, – воздействовать на общественность, для того чтобы сделать ее отношение к строительству трассы лояльным. Без взаимных уступок здесь не обойтись – организация будет вынуждена потратить определенные деньги на совершенствование своего замысла, общественности придется поступиться рядом стереотипов поведения.

Дополнительные условия

Мы исходим из того, что все шаги организации должны быть открытыми и гласными, намерения – позитивными, обещания – однозначно выполнимыми.

Формулировка задачи

Требуется разработать максимально подробно пошаговую стратегию компромисса для достижения «точки согласования» интересов организации и общественности используя интернет ресурсы при выпуске рекламных сообщений, используя навыки осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации.

Задание 5.

Проанализируйте специфику применения системного подхода (поиск, критический анализ и синтез информации) для решения следующих задач в процессе организации работы со СМИ, обобщите результаты проведенного анализа. Рассмотрите 5 рекламных объявлений с участием известных актеров, спортсменов, врачей.

Объясните (выявите факторы), что привлекло рекламодателей к каждой знаменитости (компетентность, достоверность, привлекательность) или что-то другое?

Насколько такая реклама убедительна и почему?

Как вы считаете, какие существенные характеристики целевой аудитории потребителей учитываются в рекламе каждого из рассматриваемых вами товаров или услуг?

Задание 6.

Используя навыки анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции, проанализируйте ход управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью и организация процесса создания коммуникационного продукта в процессе взаимодействия со СМИ.

Мебельная фабрика «Коминтерн» разработала новый комплект мягкой мебели. Руководство фабрики хотело знать, насколько новая мебель более полно удовлетворяет потребности в данном товаре и каков целевой рынок этой мебели, а также его емкость. Чтобы ответить на эти вопросы, было решено провести ПР-исследование рынка мягкой мебели.

1. Составьте план исследования, указав возможные его этапы, методы сбора информации, возможных исполнителей отдельных этапов.
2. Какие основные источники информации используются при создании информационной базы вашего предприятия? Какие ПР исследования, на ваш взгляд, следует проводить?
3. Выберите и обоснуйте рекламную стратегию продвижения в СМИ и интернете.
4. С помощью навыков работы с большими объемами информации выберите оптимальные каналы распространения рекламы, используя современные коммуникационные технологии.
5. Сформируйте рабочую группу по созданию контента интернет-магазина указанной мебельной фабрики, распределите работы, скоординируйте взаимодействие между членами группы в целях наполнения и редактирования контента.

Критерии и шкала оценки ответа на экзамене по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с

	использование современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики.
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях.
Неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Организация работы со средствами массовой информации»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО
Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева
«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=16yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

IC: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>


Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>


Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>


Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9
Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9