

# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Институт медиа и социально-  
гуманитарных наук

ЮУрГУ Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе  
Южно-Уральского государственного университета  
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП  
Кому выдан: Лободенко Л. К.  
Пользователь: lobodenolk  
Дата подписания: 06.11.2021

Л. К. Лободенко

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.0.22 Теория и практика массовой информации  
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
уровень Бакалавриат  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью**

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.

Л. П. Шестеркина

ЮУрГУ Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе  
Южно-Уральского государственного университета  
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП  
Кому выдан: Шестеркина Л. П.  
Пользователь: shesterkinlp  
Дата подписания: 06.11.2021

Разработчик программы,  
к.культурологии, доцент (кн)

О. Н. Зайкова

ЮУрГУ Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе  
Южно-Уральского государственного университета  
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП  
Кому выдан: Зайкова О. Н.  
Пользователь: zaykovaon  
Дата подписания: 06.11.2021

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления  
д.филол.н., доц.

Л. П. Шестеркина

ЮУрГУ Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе  
Южно-Уральского государственного университета  
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП  
Кому выдан: Шестеркина Л. П.  
Пользователь: shesterkinlp  
Дата подписания: 06.11.2021

Челябинск

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цели учебной дисциплины: Дать студентам знания теории и практики массовой информации, журналистики; системы средств массовой информации и ее функционирования; ознакомить со значением содержания и формы в создании произведений журналистики: привить студентам практические навыки в сфере журналистского творчества; показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике рекламы и связей с общественностью, эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации. Задачи: • ознакомить с базовыми теориями и концепциями в исследованиях массовой информации, сформировать системное представление об истории отечественных и зарубежных средств массовой информации, основными проблемами в сфере информационной политики современных СМИ, • познакомить студентов с системой российских СМИ и ее функционированием; • ознакомить с основными технологиями журналистской деятельности и творчества; • изучить организацию работы редакций в СМИ и привить навыки практической работы в сфере производства, обработки и распространения массовой информации; • рассмотреть правовые и этические нормы в сферах журналистики, связей с общественностью и рекламы • сформировать профессиональные компетенции для осуществления эффективной деятельности по созданию, обработки и распространению массовой информации в сфере рекламы, связей с общественностью и журналистики; • ознакомить с законодательными актами и кодексами профессиональной этики, регулирующими сферу СМИ.

## Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» дает знания об концептуальных подходах теории массовой информации; исторических этапах возникновения и развития СМИ в России и за рубежом; законодательных и этических нормах в сфере СМИ и журналистики; основных технологиях журналистской деятельности и творчества; технологиях производства, обработки и распространения массовой информации в практике рекламы и связей с общественностью; раскрывает содержание редакционной деятельности в СМИ; приемы журналистского творчества и деятельности.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает: Важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов Умеет: Создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов Имеет практический опыт: Создания медиатекстов и коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает: Основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью

	Умеет: Предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий Имеет практический опыт: Выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп
--	--

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	1.О.28 Экономика организации рекламы и связей с общественностью, 1.О.16 Статистика, 1.О.21 Психология массовых коммуникаций, 1.О.27 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности, 1.О.34 Политический консалтинг

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 з.е., 252 ч., 128,75 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	1
Общая трудоёмкость дисциплины	252	108	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	112	48	64
Лекции (Л)	32	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	80	32	48
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
<i>Самостоятельная работа (CPC)</i>	123,25	53,75	69,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Выполнение домашних заданий:• подготовка проектов; изучение и конспектирование учебника; • подготовка докладов;• подготовка презентаций;• подготовка гlosсария. Подготовка к экзамену	69,5	0	69.5
Выполнение домашних заданий:• выполнение практических заданий; изучение и конспектирование учебника; • подготовка докладов;• подготовка презентаций;• подготовка гlosсария.	53,75	53.75	0
Подготовка к зачету			
Консультации и промежуточная аттестация	16,75	6,25	10,5

## 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Введение в дисциплину. Сущностные характеристики понятий: информация, массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой информации.	8	2	6	0
2	История, развитие, современная массовая информация.	19	2	17	0
3	Исторические типы и модели журналистики	11	2	9	0
4	Управление массовой информацией	8	2	6	0
5	СМИ России: система и классификация	8	2	6	0
6	Российский медиарынок	8	2	6	0
7	Правовая и этическая культура журналиста	8	2	6	0
8	Журналистика в электронных СМИ	8	2	6	0
9	Основы журналистского творчества	12	6	6	0
10	Современные технологии производства печатных изданий	12	6	6	0
11	Организация работы редакции	10	4	6	0

### 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Введение в дисциплину. Сущностные характеристики понятий: информация, массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой информации.	2
2	2	История, развитие, современная массовая информация.	2
3	3	Исторические типы и модели журналистики	2
4	4	Управление массовой информацией	2
5	5	СМИ России: система и классификация	2
6	6	Российский медиарынок	2
7	7	Правовая и этическая культура журналиста	2
8	8	Журналистика в электронных СМИ	2
9	9	Основы журналистского творчества	6
10	10	Современные технологии производства печатных изданий	6
11	11	Организация работы редакции	4

### 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Массовая информация и ее роль в современном мире. Сущностные характеристики понятий: информация, массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой информации.	6
2	2	Возникновение массовой информации. Развитие обмена информацией в древности. Возникновение письменности. Виды письма. Древнейшие виды	6

		письма: Особенности древней письменности: Древнего Египта, Междуречья, Индии и Китая Письменность в античном обществе	
3	2	Пражурналистские и раннежурналистские явления в обществе. Западноевропейская рукописная книга. Монастыри как центры книжной культуры в раннем средневековье. Древнерусская письменность. Летописи. Древнерусская литература. Первые периодические печатные издания в Европе. Ранние этапы развития прессы: газеты и журналы.	6
4	2	Международные средства массовой информации: Европы, Америки, Азиатских стран, Африки, Австралии. Журналистика в современном мире.	5
5	3	Исторические типы и модели журналистики. Влияние социально экономических реформ на журналистику. Феодальная и монархическая печать. Буржуазная, религиозно-клерикальная журналистика. Социалистическая и коммунистическая журналистика Цензура и журналистика	6
6	3	Становление и развитие средства массовой информации в России. Журналистика России в условиях буржуазно-демократического государства (февраль-октябрь 1917 г.). Отечественная журналистика в советском государстве (ноябрь 1917-1985 гг.). Отечественная журналистика в демократически ориентированном обществе (середина 80-х — 90-е гг.)	3
7	4	Управление массовой информацией Основные принципы управления информацией. Этапы и механизмы управления информацией: 1. Формирование собственного информационного потока. 2. Сегментирование информационного потока, манипулирование информацией. 3. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство.	6
8	5	СМИ России: система и классификация Типология и система СМИ. Специфика элементов системы СМИ: 1. Печатная пресса – газеты, журналы, Бюллетени, дайджесты, календари. 2. Аудиовизуальные СМИ – радио, ТВ, (эфирное и кабельное), документальное кино, телетекст. 3. Информационные службы – пресс-службы, агентства по связям с общественностью, рекламно-информационные агентства, журналистские клубы и ассоциации. 4. Интернет.	4
9	5	Аудитория СМИ. Изучение аудитории Формы обратной связи:	2
10	6	Российский медиарынок. Структура периодической печати Российской Федерации. Телевизионное вещание. Радиовещание. Информационные агентства. Книжные издательства. Редакционные холдинги (издательские дома) и рекламный рынок. Общая характеристика состояния российского медиарынка: Российский газетный рынок, региональная периодика, местная пресса. Журнальный рынок. Полиграфическая база печатных изданий. Система распространения прессы в России. Рынок региональных электронных СМИ.. Рекламные издания на медиарынке. Онлайновые издания.	6
11	7	Правовая и этическая культура журналиста. Законодательные акты Российской Федерации, регулирующие сферу массовой информации:. Конституция, федеральные законы «О средствах массовой информации», «О рекламе», «О государственной тайне», «Об основных гарантиях избирательных прав граждан Российской Федерации»), «Об информации, информатизации и защите информации»), Доступ журналистов к информации. Международные принципы журналистской этики. Кодекс профессиональной этики российского журналиста	6
12	8	Журналистика в электронных СМИ. Радиожурналистика. Тележурналистика. Эволюция жанров радиожурналистики. Ведущие темы средств массовой информации Российской Федерации. Журналистика Российской Федерации и властные структуры. Журналистика в Интернете.	6
13	9	Основы журналистского творчества Журналистика как профессиональная	6

		деятельность Творческий процесс в журналистике. Познавательная деятельность журналиста и ее формы. Журналистский текст. Жанры журналистики. Характеристика аналитических жанров журналистики. Характеристика художественно-публицистических жанров журналистики. Технологический фактор в деятельности журналиста.	
14	10	Современные технологии производства печатных изданий Производство печатного издания. Типография. Редакция. Основные этапы допечатной подготовки изданий. Технологии цветной печати.	6
15	11	Организация работы редакции. Редакционный менеджмент. Экономический, кадровый и финансовый менеджмент редакции. Основы редакционно-издательского маркетинга.	6

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Выполнение домашних заданий: • подготовка проектов; изучение и конспектирование учебника; • подготовка докладов;• подготовка презентаций;• подготовка гlosсария. Подготовка к экзамену	Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста Текст учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - С. 51-154.	2	69,5
Выполнение домашних заданий: выполнение практических заданий; изучение и конспектирование учебника; • подготовка докладов;• подготовка презентаций;• подготовка гlosсария. Подготовка к зачету	Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста Текст учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - С.11-49	1	53,75

## 6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	1	Текущий контроль	1 Задание. Основы журналистского творчества. Информационные жанры	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекции и готовят подборку примеров журналистских материалов.	зачет

						Максимальный балл составляет 10. Критерии оценивания: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) полнота представленных примеров; 3) соответствие логики оформления примеров материалам лекции; 4) работа с интернет-СМИ и печатными СМИ.	
2	1	Текущий контроль	2 Задание. Основы журналистского Творчества. Аналитические жанры	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекции и готовят подборку примеров журналистских материалов. Максимальный балл составляет 10. Критерии оценивания: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) полнота представленных примеров; 3) соответствие логики оформления примеров материалам лекции; 4) работа с интернет-СМИ и печатными СМИ.	зачет
3	1	Текущий контроль	3 задание. Основы журналистского творчества. Публицистические жанры	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекции и готовят подборку примеров журналистских материалов. Критерии оценивания: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) полнота представленных примеров; 3) соответствие логики оформления	зачет

							примеров материалам лекции; 4) работа с интернет-СМИ и печатными СМИ.	
4	1	Текущий контроль	4 задание. Контрольные работы	1	10		<p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты знакомятся с материалами лекций. Дают ответы на контрольные вопросы.</p> <p>Максимальный балл составляет 10.</p> <p>"Отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"Хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"Удовлетворительно" - 3-4 баллов</p> <p>"Неудовлетворительно" - 0-2 баллов</p> <p>Критерии оценивания выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сроки выполнения работы</li> <li>- количество ответов, данных на вопросы</li> <li>- полнота и содержательность представленных ответов</li> </ul> <p>Критерии оценивания: Оценивается по 20-балльной шкале, при этом учитываются:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) своевременность представления работы;</li> <li>2) полнота ответов на вопросы контрольной работы;</li> <li>3) соответствие работы установленным требованиям по содержанию, качеству проработки вопросов и полноте;</li> <li>4) умение использовать литературу по курсу помимо материалов лекций.</li> </ol>	зачет
5	1	Текущий контроль	5 Задание. Подготовка и публикация постов на официальной странице в социальной сети ВК	1	10		<p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Темы постов, их структура обсуждаются с преподавателем.</p> <p>Максимальный вес задания составляет 10 баллов</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>"отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"удовлетворительно" - 3-4 балла</p> <p>"неудовлетворительно" - 1-2 балла</p> <p>При оценивании работы учитываются следующие факторы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) своевременность представления работы;</li> <li>2) тема поста соответствует основным направлениям тематики ресурса;</li> <li>3) полнота ответов на шесть</li> </ol>	зачет

						классических вопросов журналистики; 4) оригинальность текста; 5) новизна и социальная значимость текста.	
6	1	Промежуточная аттестация	Зачет	1	40	<p>Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.</p> <p>Для получения итоговой оценки по дисциплине студенту необходимо набрать:</p> <p>«удовлетворительно» от 60% до 74%; «хорошо» - от 75% до 84%; «отлично» - от 85 до 100%.</p> <p>При получении недостаточного количества баллов по результатам мероприятий текущей аттестации (менее 60%) студент имеет право повысить рейтинг во время процедуры зачета, предполагающей устный ответ на 2 вопроса из списка. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин.</p> <p>Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета – 40 баллов</p> <p>Полный ответ с незначительными недочетами (отсутствие примеров, пропуск некоторых пунктов темы) на 2 вопроса – 19-39 баллов</p> <p>Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета – 1- 19 балла</p> <p>Неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0 баллов</p> <p>Максимальный балл: 40</p>	зачет
7	2	Промежуточная аттестация	Экзамен	1	40	<p>Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.</p> <p>Для получения итоговой оценки по дисциплине студенту необходимо набрать:</p> <p>«удовлетворительно» от 60% до 74%; «хорошо» - от 75% до 84%; «отлично» - от 85 до 100%.</p>	экзамен

8	2	Текущий контроль	8 задание. Организация и участие в научных мероприятиях кафедры	1	10	<p>При получении недостаточного количества баллов по результатам мероприятий текущей аттестации (менее 60%) студент имеет право повысить рейтинг во время процедуры зачета, предполагающей устный ответ на 2 вопроса из списка. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин.</p> <p>Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета – 40 баллов</p> <p>Полный ответ с незначительными недочетами (отсутствие примеров, пропуск некоторых пунктов темы) на 2 вопроса – 19-39 баллов</p> <p>Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета – 1- 19 балла</p> <p>Неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0 баллов</p> <p>Максимальный балл: 40</p>		
9	2	Текущий контроль	9. Задание. Подготовка постов	1	10	<p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты готовят проекты и принимают участие с ними в ежегодных мероприятиях по тематике направления "Реклама и связи с общественностью".</p> <p>Вес контрольной точки составляет 10 баллов</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>"отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"удовлетворительно" - 3-4 балла</p> <p>"неудовлетворительно" - 1-2 балла</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>1) своевременность представления работы;</p> <p>2) структура работы, логичность построения материала;</p> <p>3) соответствие работы установленным требованиям конкурса;</p> <p>4) креативность и творческий подход в создании материалов.</p> <p>5) умение использовать в работе разные программы в процессе оформления работы.</p>	экзамен	

			для публикации на официальных страницах кафедры			работы студентов по заранее выбранной теме. Темы постов, их структура обсуждаются с преподавателем. Максимальный вес задания составляет 10 баллов Критерии оценивания: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) тема поста соответствует основным направлениям тематики ресурса; 3) полнота ответов на шесть классических вопросов журналистики; 4) оригинальность текста; 5) новизна и социальная значимость текста.	
10	2	Текущий контроль	11. Задание Рекламная журналистика	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты знакомятся с материалами лекций. Дают ответы на контрольные вопросы. Максимальный балл составляет 10. "Отлично" - 8-10 баллов "Хорошо" - 5-7 баллов "Удовлетворительно" - 3-4 баллов "Неудовлетворительно" - 0-2 баллов Критерии оценивания выполнения работы: - сроки выполнения работы - количество ответов, данных на вопросы - полнота и содержательность представленных ответов	экзамен
12	2	Текущий контроль	12 Задание. Рекламная журналистика. Легенда бренда	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты знакомятся с материалами лекции по теме: "Рекламная журналистика" Студент изучает структуру легенды бренда, виды легенд и готовит собственный текст для реально существующего или выдуманного бренда. Максимальный вес задания составляет 10 баллов.	экзамен

						Критерии оценивания: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) полнота структуры текста; 3) соответствие логики оформления примеров материалам лекции; 4) новизна материала и креативность в работе над текстом	
13	1	Текущий контроль	6 Задание. Заголовочный комплекс и лид. Подготовка примеров	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекции и готовят подборку примеров журналистских материалов. Максимальный балл составляет 10. Критерии оценивания: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) полнота представленных примеров; 3) соответствие логики оформления примеров материалам лекции; 4) работа с интернет-СМИ и печатными СМИ.	зачет
14	2	Текущий контроль	13 задание. Подготовка продающего текста таргетированной рекламы	1	10	Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекции и готовят несколько примеров продающих текстов для таргетированной рекламы по расширенной и сокращенной формуле. Вес контрольной точки составляет 10 баллов. Порядок начисления баллов: "отлично" - 8-10 баллов "хорошо" - 5-7 баллов "удовлетворительно" - 3-4 балла "неудовлетворительно" - 1-2 балла При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) своевременность представления работы; 2) количество представленных	экзамен

						примеров; 3) соответствие текста предложенной формуле; 4) креативность и эффективное решение проблемы компании.	
15	2	Текущий контроль	15 задание. Медиасистема. Характеристика и элементы	1	10	<p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты по согласованию с преподавателем выбирают тему доклада и готовят выступление.</p> <p>Максимальный балл составляет 10.</p> <p>"Отлично" - 8-10 баллов            "Хорошо" - 5-7 баллов            "Удовлетворительно" - 3-4 баллов            "Неудовлетворительно" - 0-2 баллов</p> <p>Критерии оценивания выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сроки выполнения работы;</li> <li>- актуальность темы и новизна источников литературы;</li> <li>- значительный объем доклада и представленных источников;</li> <li>- новизна представленных материалов;</li> <li>- логика построения структуры работы;</li> <li>- умение выявлять новые тенденции и делать выводы.</li> </ul>	экзамен

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.</p> <p>Для получения итоговой оценки по дисциплине студенту необходимо набрать: «удовлетворительно» от 60% до 74%; «хорошо» - от 75% до 84%; «отлично» - от 85 до 100%. При получении недостаточного количества баллов по результатам мероприятий текущей аттестации (менее 60%) студент имеет право повысить рейтинг во время процедуры зачета, предполагающей устный ответ на 2 вопроса из списка. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин. Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета – 40 баллов Полный ответ с незначительными недочетами (отсутствие примеров, пропуск некоторых пунктов темы) на 2 вопроса – 19-39 баллов Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета – 1- 19 балла Неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0 баллов</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	Максимальный балл: 40	
зачет	Текущий контроль по дисциплине с учетом всех контрольный мероприятий – 60 баллов (мак.) Промежуточный контроль – зачет – устный ответ по билетам (2 вопроса) – 40 баллов (мак.). Оценка "зачтено" выставляется по результатам выполнения текущего контроля, если он составляет 60 баллов, если по результатам текущего контроля студент набирает менее 60 баллов, он проходит процедуру "зачета", где по результатам ответов на 2 вопроса может получить максимум 40 баллов.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

### 6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13	14	15	
ОПК-2	Знает: Важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+				
ОПК-2	Умеет: Создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+				
ОПК-2	Имеет практический опыт: Создания медиатекстов и коммуникационных продуктов	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+				
ОПК-4	Знает: Основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью							++++	++++	++	++	+	+	+	+	+
ОПК-4	Умеет: Предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий							++++	++++	++	++	+	+	+	+	+
ОПК-4	Имеет практический опыт: Выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп							++++	++++	++	++	+	+	+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

### 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### Печатная учебно-методическая документация

##### а) основная литература:

1. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста Текст учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
2. Универсальная журналистика [Текст] учебник для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Л. И. Белова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 478, [1] с. ил.

##### б) дополнительная литература:

1. Шестеркина, Л. П. Журналистское образование и универсализация профессии : экспериментальный опыт [Текст] монография Л. П. Шестеркина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики ; ЮУрГУ. - Челябинск: Рекпол, 2013. - 117 с. ил.

##### в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке

2. «Советник», «Журналист».

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация / Г. Г. Щепилова. - М. : Из-во Моск. университета, 2010. - 464 с.
2. Шестеркина Л. П. Методика телевизионной журналистики: учебное пособие. - Челябинск, 2009. - 357 С.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

### **Электронная учебно-методическая документация**

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)
3. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	454 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.
Практические занятия и семинары	454 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.
Экзамен	454 (1)	Мультимедийное оборудование для демонстрации электронных презентаций, схем и т.д., просмотра видео, выхода в сеть Интернет и др.