

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 01.07.2025 11:44:25
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Дисциплина «Теория и практика массовой информации», 4 СЕМЕСТР

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Типовые вопросы на контрольную работу:

1. Определение информации. Многообразие аспектов информации как одного из атрибутов материи.
2. Виды информации в природе, обществе и кибернетических системах.
3. Социальная и массовая информация.
4. Научно-технические и социальные предпосылки информационного взрыва.
5. Информационное общество.
6. Роль СМИ в информационном обществе.
7. Социальная роль. Определение понятия. Социальная роль личности и социальная роль прессы. Многообразие и структура ролей.
8. Характеристика духовно-идеологической, информационно-коммуникативной, регулирующей и производственно-экономической ролей СМИ в обществе.
9. Реализация социальных ролей в журналистской практике. Факторы активизации и сдерживания эффективности СМИ.
1. Общение: понятие, содержание, цели, формы, языки.
2. Общение в PR-деятельности и журналистике.
3. Защита от манипуляции в процессе общения.
4. Психологические факторы формирования социальной позиции в массовой информации.
5. Нравственное сознание и нормы профессиональной этики PR-специалиста и журналиста.
6. Факторы социальной ответственности в СМИ.

Типовые вопросы к экзамену (4 семестр)

Проведение промежуточной аттестации в 4 семестре проходит в виде экзамена. Экзамен представляет собой выполнение практических заданий, предусмотренных рабочей программой дисциплины и учебной нагрузкой преподавателя.

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»	Вид задания
1. Предмет и метод теории СМК	Теоретическое
2. Субъект и объект теории СМК	
3. Новые субъекты актуальной теории СМК	
4. Общество и журналистика-2022	
5. Тренды развития медиа (до 2025)	
6. Российская журналистика в 2022 году	
7. Концепции медиа информационной эпохи	

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 8. Конвергенция в СМИ 9. Журналист как субъект профессии 10. Цели и функции журналистики 11. Предметное поле СМК: сферы 12. Модели журналистики (социально-коммуникативная, политическая, филологическая, сенсорная) 13. Постмодернистская модель журналистики 14. СМК: предметное поле 15. СМК: объектное поле 16. СМК: субъектное поле 17. Журналистка и общественное сознание 18. СМК как сдвоенный рынок 19. Субъект-субъектная модель СМК 20. Концепция и форматы взаимодействия СО со СМИ 21. Эволюция практики СМК (СМИ, СМК, СМК') 22. Общественно-экономические предпосылки появления прессы 23. Протопублицистика Греции и Рима 24. Журналистика Европы 17-18 вв. 25. Журналистика Америки 18 века 26. Журналистика 19 века: мировая и российская 27. Журналистика начала 20 века: мировая и российская 28. Модели журналистики в СССР 29. Проблема свободы слова в западной журналистике 18 века и современность 30. Становление российской журналистики и работы М.В.Ломоносова 31. Становление науки о прессе (17-18 вв.) 32. Европейские школы журналистики в 17-18 веках 33. Классификация теорий СМК 34. Теории прессы XX в. 35. Методология изучения СМК в 20 веке: структурно-функциональный подход 36. Анализ новостей и методы их изучения в СМК 37. Новости как дискурс 38. Жанры журналистики и СО 39. Пресс-релиз. SM-релиз 40. Жанры журналистики 41. Типология печатных СМИ 42. Реклама в СМИ 43. Универсальная журналистика 44. Визуальная журналистика 45. Фотожурналистика в системе СМК 46. Инфографическая журналистика в системе СМК 47. Мобильная журналистика 48. Корпоративная журналистика 49. Деловая журналистика 50. Интернет-СМИ 51. Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы 52. Печатные СМИ. 53. Радиовещание в системе СМИ. 54. Телевидение в системе СМИ. 55. Современная медиаорганизация 56. Глобальные медиасистемы 57. Национальные медиасистемы 58. Этическое регулирование в СМИ 59. Правовое регулирование в СМИ 60. Журналист, специалист СО, рекламист в медиасистеме: принципы взаимодействия. | |
|--|--|

Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет»	Вид задания
<ul style="list-style-type: none"> • Создайте типовое штатное расписание PR-подразделения/пресс-службы. • Создайте 5 информационных поводов для интервью с первым руководителем предприятия. • Групповая работа: определение темы, назначения, структуры сайта. • Написание материалов для различных разделов сайта. Оформление сайта основе шаблонов и размещение (можно на бесплатном ресурсе). 	Теоретико-практическое

Задание для показателя оценивания дескриптора «Владеет»	Вид задания
<ol style="list-style-type: none"> 1. Просмотр документального фильма «Данный взамен» Софьи Гевейлер, обсуждение и письменный анализ возможностей документального кино. 2. Защита индивидуальных презентаций по созданию контента для сайта. 3. Работа с интернет-сайтами по созданию тематического контента. 4. Написание отчета по результатам выездного мероприятия – посещения редакции СМИ. 	Теоретико-практическое