

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель декана
факультета журналистики
по учебной работе



Е.М. Бебчук

19.05.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

2.1.1.3 Медиакоммуникации и журналистика

- 1. Код и наименование научной специальности:** 5.9.9 Медиакоммуникации и журналистика
- 2. Профиль подготовки (при наличии):** –
- 3. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра журналистики и литературы
- 6. Составители программы:** Гордеев Юрий Анатольевич, кандидат филологических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** научно-методическим советом факультета журналистики, протокол №8 от 19.05.2022
- 8. Учебный год:** 2024/ 2025 **Семестр(ы):** 5

9. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является: подготовка аспиранта к сдаче экзамена кандидатского минимума, в рамках которого обучающийся должен продемонстрировать профессиональные теоретические знания о важнейших процессах и явлениях в сфере медиакоммуникаций и журналистики, а также понимания возможности применения теоретических знаний в научно-исследовательской работе и в профессиональной деятельности исследователя СМИ, рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся необходимой системы знаний об актуальных процессах и явлениях в сфере медиакоммуникаций и журналистики, требующих теоретического осмысления;
- формирование у обучающихся комплексного представления о парадигмах, теориях и концепциях исследований функционирования медиакоммуникаций и журналистики;
- подготовка аспирантов к применению данных знаний в самостоятельной научно-исследовательской деятельности.

10. Место дисциплины в структуре программы аспирантуры:

Учебная дисциплина «Медиакоммуникации и журналистика» направлена подготовку к сдаче кандидатского экзамена.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы (компетенциями):

Код	Название компетенции	Планируемые результаты обучения
ОК-5	Способность разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий медиакоммуникаций и журналистики, имеющихся научных подходов, в том числе междисциплинарных	Знать: актуальные процессы и явления в сфере медиакоммуникаций и журналистики, требующие теоретического осмысления, а также парадигмы, теории и концепции исследований функционирования медиакоммуникаций и журналистики. Уметь: разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий медиакоммуникаций и журналистики, имеющихся научных подходов, в том числе междисциплинарных. Владеть: понятийным аппаратом теории медиакоммуникаций и журналистики.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. (в соответствии с учебным планом) — 3 / 108.

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) экзамен

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам
		5 семестр
Аудиторные занятия	18	18
в том числе:	лекции	
	практические	
	инд. занятия	18
Самостоятельная работа	81	81
Форма промежуточной аттестации (экзамен, 9 час.)	9	9
Итого:	108	108

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Онлайн-курс, ЭУК*
1. Индивидуальные занятия			
1.1	Медиакоммуникации в современном мире	Понятие, структура и тенденции развития современных медиакоммуникаций. Журналистика – реклама – связи с общественностью: общее, различное, взаимодействие.	
1.2	Журналистика в системе современных медиакоммуникаций	Журналистика как социальный институт. Взаимодействие с другими социальными институтами. Понятие массовой информации. Журналистика как массово-информационная деятельность. Система функций журналистики: актуальные подходы и классификации. Маркетинг и менеджмент в СМИ. Аудитория СМИ: основные характеристики. Взаимодействие редакции с аудиторией. Сбор информации в журналистике: основные методы и их применение в современных СМИ. Система жанров журналистики: актуальные подходы и классификации. Социология и журналистика: методика исследований, работа с социологической информацией в СМИ. Правовые основы журналистской деятельности в России. Саморегулирование в российской журналистике: профессиональная этика. Проблема манипулирования сознанием аудитории в журналистике. Актуальные концепции типологии СМИ. Специфика прессы как средства массовой информации. Периодические издания современной России. Специфика радиовещания как средства массовой информации. Современные российские радиостанции. Специфика телевидения как средства массовой информации. Современные российские телеканалы. Специфика средств массовой информации в интернете. Российские сетевые СМИ. Специфика информационных агентств. Международные и национальные информагентства. Региональные и местные СМИ: тенденции развития (регион – по выбору). Работа СМИ в социальных сетях: сбор информации, продвижение контента. Явление конвергенции в современной журналистике	Электронный курс: Гордеев. Ю.А. Журналистика. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=12330
1.3	Реклама в системе современных медиакоммуникаций	Реклама и общество. История рекламы Средства (каналы) рекламы Реакция на рекламу Исследования в области рекламы Реклама как вид творчества Понятие фирменного стиля (ФС) Рекламная кампания (РК)	Электронный курс: Тулупов В.В. Теория и практика рекламы (аспиранты) / В.В. Тулупов. – Электронный университет

			ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=12228
1.4	Связи с общественностью в системе современных медиакоммуникаций	Информационные основы СО-деятельности. Корпоративные связи с общественностью. Имиджмейкинг. Политические СО. Копирайтинг и спичрайтинг. Репутационный менеджмент. Стимулирование сбыта как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций. Функции стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта. Виды стимулирования сбыта. Планирование стимулирования сбыта. Юридические аспекты стимулирования сбыта.	–

* заполняется в случае использования онлайн-курса или материалов ЭК, расположенного на платформе «Электронный университет ВГУ», при реализации отдельного раздела дисциплины В других случаях в ячейки ставятся прочерки.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Лекции	Практические	Инд. занятия	Самостоятельная работа	Контроль	Всего
1.1	Медиакоммуникации в современном мире			2	16		18
1.2	Журналистика в системе современных медиакоммуникаций			6	20		26
1.3	Реклама в системе современных медиакоммуникаций			4	25		29
1.4	Связи с общественностью в системе современных медиакоммуникаций			6	20		26
	Контроль					9	9
	Итого:			18	81	9	108

14. Методические указания по освоению дисциплины: (рекомендации по освоению дисциплины: указание наиболее сложных разделов, работа с презентационным материалом, рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплине, по подготовке к текущей аттестации и др.)

Овладение знаниями по дисциплине «Медиакоммуникации и журналистика» предполагает посещение аспирантами аудиторных занятий (индивидуальных занятий), а также активную самостоятельную работу. Самостоятельная работа является необходимой и обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется рабочей программой дисциплины. Самостоятельная работа – это изучение без участия преподавателя отдельных тем (вопросов темы), рекомендованных в рабочей программе по дисциплине. Для этого используется изучение учебной (основной и дополнительной), научной и методической литературы, материалов периодической литературы с использованием электронных библиотечных систем, официальных статистических данных, научной периодики. Также самостоятельная работа включает подготовку к текущей и промежуточной аттестациям.

Главная задача самостоятельной работы – развитие самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. Самостоятельная работа обучающихся проводится во внеаудиторное время.

15. Перечень литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	<u>Коханова, Л. А.</u> Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков .— Москва : Юнити, 2015 .— 535 с. — (Медиаобразование) .— Библиогр. в кн .— http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-238-01499-9 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692 >.
2	Паршукова Г.Б. Реклама в коммуникационном процессе / Г.Б. Паршукова .— Новосибирск : НГТУ, 2011 .— 36 с. — ISBN 978-5-7782-1879-6 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228836 >.
3	Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Ю.В. Чемякин. — Москва : Флинта : Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018. — 113 с. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482107
4	<u>Чернышева, Т. Л.</u> Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева .— Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012 .— 140 с. — http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-7782-2163-5 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940 >.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5	<u>Головакин, А. В.</u> Проблемы взаимодействия издания и читателя / А.В. Головакин .— Москва : Лаборатория книги, 2012 .— 98 с. — http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-504-00698-7 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141491 >.
6	Дмитриева Л.М. Социальная реклама / Л.М. Дмитриева ; Вернадская Ю. С. ; Костылева Т. А. ; Марочкина С. С. ; Ткаченко Н. В. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 272 с. — (Азбука рекламы) .— ISBN 978-5-238-01544-6 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141 >.
7	<u>Киселёв, А. Г.</u> Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв .— Москва : Юнити, 2015 .— 431 с. — http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-238-01742-6 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 >
8	<u>Калмыков, А. А.</u> Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова .— Москва : Юнити, 2015 .— 383 с. : схем., ил. — (Медиаобразование) .— Библиогр.: с. 335-339. — http://biblioclub.ru/ .— ISBN 5-238-00771-X .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712 >
9	<u>Олешко, Е.В.</u> Конвергентная журналистика : профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Е.В. Олешко ; ред.: Б.Н. Лозовский .— 3-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2017 .— 129 с. — ISBN 978-5-9765-2661-7 .— <URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239 >.
10	Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования / Н.В. Ткаченко ; Ткаченко О. Н. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 337 с. — (Азбука рекламы) .— ISBN 978-5-238-01568-2 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422 >.
11	<u>Цвик, В. Л.</u> Телевизионная журналистика : учебное пособие / В.Л. Цвик .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2015 .— 495 с. : схем. — (Медиаобразование) .— Библиогр. в кн .— http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-238-01530-9 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446404 >.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
13	ЭБС Университетская библиотека online. — URL: https://biblioclub.ru/
14	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. — URL: https://lib.vsu.ru/
15	Гарант.ру : информационно-правовой портал. — URL: https://www.garant.ru
16	Журнал «Журналист». — Режим доступа: https://jrnlist.ru/

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы, онлайн-курсы, ЭУМК

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Кирия, Илья Вадимович . История и теория медиа : учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова .— Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020 .— 424 с. — ISBN 978-5-7598-2116-8 .— <URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=471753 >.
2	Система СМИ : практикум / ; авт.-сост. Е. В. Струкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» .— Ставрополь : СКФУ, 2015 .— 98 с. : табл. — Библиогр. в кн .— http://biblioclub.ru/ .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458304 >.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации учебной дисциплины используются различные образовательные технологии, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение, такие как: индивидуальные занятия, применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения материала индивидуальных занятий, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

Электронный университет ВГУ. Электронный курс: Гордеев. Ю.А. Журналистика. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=12330>

Электронный университет ВГУ. Электронный курс: Тулупов В.В. Теория и практика рекламы (аспиранты) / В.В. Тулупов. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=12228>

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации (Воронеж, ул. Хользунова, 40 А, ауд. 123): Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb)

Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы (Воронеж, ул. Хользунова, 40 А, ауд. 115): Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.).

Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы (Воронеж, ул. Хользунова, 40 А, ауд. 126): Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.), экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

19. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестаций

19.1. Текущий контроль

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: контрольных работ.

Примерный перечень тем контрольных работ:

1. Журналистика как социальный институт.
2. Журналистика как массово-информационная деятельность.
3. Конституционные основы деятельности СМИ в России.
4. Закон РФ о СМИ.
5. Функции журналистики.
6. Объект (предмет) публицистики.
7. Жанровая система журналистики.
8. Изобразительная журналистика.
9. Журналист в зоне вооруженного конфликта.
10. Типология СМИ. Система российских СМИ.
11. СМИ и глобальные проблемы современности.
12. Приемы манипулирования сознанием аудитории.
13. Специфика радиовещания как средства массовой информации.
14. Специфика телевидения как средства массовой информации.
15. Специфика интернет-журналистики.
16. Маркетинг и менеджмент в журналистике.
17. Композиционно-графическое моделирование периодических изданий.
18. Этапы развития рекламы и связей с общественностью за рубежом.
19. Этапы развития рекламы и связей с общественностью в России.
20. Реклама и связи с общественностью как социальный институт.
21. Творчество в рекламной и СО-деятельности.
22. Психология рекламной и СО-деятельности.
23. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью.
24. Портрет специалиста по связям с общественностью.
25. Обзор актуальных исследований в области рекламы.

Описание технологии проведения

Текущая аттестация проводится в форме контрольных работ. Критерии оценивания приведены ниже. Контрольные работы выполняются аспирантами во внеаудиторное время занятий в виде письменной работы с последующей проверкой преподавателем.

В условиях применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий задания текущей аттестации (контрольные работы) обучающиеся вывешивают для проверки в личных кабинетах в электронном курсе: Гордеев. Ю.А. Журналистика. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=12330>

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) аргументированность авторской

позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме контрольной работы; б) соответствие содержания теме и плану контрольной работы; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы; б) привлечение работ последних лет.

Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму контрольной работы (не менее 10 страниц формата А4; шрифт Times New Roman или Arial размером 14 пунктов с полуторным интервалом; абзацный отступ – 15 мм; поля: левое – 35 мм, правое – 15 мм, верхнее – 25 мм, нижнее – 20 мм).

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию контрольной работы: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» – основные требования к контрольной работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём контрольной работы; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к контрольной работе. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании контрольной работы.

Оценка «неудовлетворительно», пороговый уровень не достигнут – тема контрольной работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

19.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: перечня вопросов к промежуточной аттестации – кандидатскому экзамену.

Перечень вопросов к кандидатскому экзамену:

1. Понятие, структура и тенденции развития современных медиакоммуникаций.
2. Журналистика – реклама – связи с общественностью: общее, различное, взаимодействие.
3. Журналистика как социальный институт. Взаимодействие с другими социальными институтами.
4. Понятие массовой информации. Журналистика как массово-информационная деятельность.
5. Система функций журналистики: актуальные подходы и классификации.
6. Маркетинг и менеджмент в СМИ.
7. Аудитория СМИ: основные характеристики. Взаимодействие редакции с аудиторией.
8. Сбор информации в журналистике: основные методы и их применение в современных СМИ.

9. Система жанров журналистики: актуальные подходы и классификации.
10. Социология и журналистика: методика исследований, работа с социологической информацией в СМИ.
11. Правовые основы журналистской деятельности в России.
12. Саморегулирование в российской журналистике: профессиональная этика.
13. Проблема манипулирования сознанием аудитории в журналистике.
14. Актуальные концепции типологии СМИ.
15. Специфика прессы как средства массовой информации. Периодические издания современной России.
16. Специфика радиовещания как средства массовой информации. Современные российские радиостанции.
17. Специфика телевидения как средства массовой информации. Современные российские телеканалы.
18. Специфика средств массовой информации в интернете. Российские сетевые СМИ.
19. Специфика информационных агентств. Международные и национальные информагентства.
20. Региональные и местные СМИ: тенденции развития (регион – по выбору).
21. Работа СМИ в социальных сетях: сбор информации, продвижение контента.
22. Явление конвергенции в современной журналистике.
23. Понятие рекламы.
24. Реклама и общество.
25. Категориальный аппарат теории рекламы.
26. Предпосылки и условия зарождения и развития рекламы
27. Функции рекламы. Разновидности рекламы.
28. Средства рекламы.
29. Рекламоносители и аудитория рекламы.
30. Реакция на рекламу.
31. Исследования в области рекламы.
32. Правила и ограничения в рекламе.
33. Творческие аспекты рекламной деятельности.
34. Понятие фирменного стиля.
35. Рекламная кампания. Уровни рекламной кампании.
36. Политическая реклама.
37. Связи с общественностью: происхождение и развитие.
38. Профессионально-должностная специализация в связях с общественностью.
39. Медиа-рилейшнз как одно из основных направлений СО-деятельности.
40. Редактор корпоративного издания как профессия в связях с общественностью.
41. Имиджмейкинг как одно из направлений СО-деятельности.
42. Связи с общественностью: управление кризисом.
43. Коммуникации в ПР.
44. Этика и ответственность в в связях с общественностью.
45. Использование “грязных” технологий в в связях с общественностью.
46. СО-текст: основные характеристики.
47. Проблемы типологии и жанрообразования СО-текста.
48. Характеристика жанров первичных СО-текстов.
49. Жанровое своеобразие комбинированных СО-текстов.
50. Жанровое своеобразие медиатекстов.

Описание технологии проведения

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования. Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, умений и

навыков – по три вопроса в каждом КИМ. Первые два вопроса берутся из приведенного выше списка. Третий вопрос касается области, в рамках которой проходит индивидуальная подготовка аспиранта, связанная с выполняемой им диссертацией. Дополнительная программа кандидатского экзамена по специальности каждого аспиранта (список вопросов по теме диссертации и литература к ним) утверждается на заседании ученого совета факультета, подписывается председателем ученого совета (декан). В условиях применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий экзамен проводится с использованием портала «Электронный университет ВГУ» – Moodle: [URL:http://www.edu.vsu.ru/](http://www.edu.vsu.ru/), электронный курс Гордеев. Ю.А. Журналистика. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=12330>

При этом перечень вопросов к экзамену не меняется. Контрольно-измерительные материалы также включают три вопроса.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- знание актуальных процессов и явлений в сфере медиакоммуникаций и журналистики, требующих теоретического осмысления;
- знание парадигм, теорий и концепций исследований функционирования медиакоммуникаций и журналистики;
- умение разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий медиакоммуникаций и журналистики, имеющих научных подходов, в том числе междисциплинарных;
- владение понятийным аппаратом теории медиакоммуникаций и журналистики.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения:

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся демонстрирует полное и точное знание актуальных процессов и явлений в сфере медиакоммуникаций и журналистики, требующих теоретического осмысления; знание парадигм, теорий и концепций исследований функционирования медиакоммуникаций и журналистики; полностью сформированное умение разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий медиакоммуникаций и журналистики, имеющих научных подходов, в том числе междисциплинарных; свободное владение понятийным аппаратом теории медиакоммуникаций и журналистики.	Повышенный уровень	Отлично
Обучающийся демонстрирует достаточно полное и точное знание теоретического материала, полученного из учебной литературы, в целом сформированное умение связывать теорию с практикой через иллюстрирование ответов адекватными примерами, фактами из практики современных медиакоммуникаций и журналистики, уверенное владение понятийным аппаратом теории медиакоммуникаций и журналистики – при этом он допускает несущественные ошибки.	Базовый уровень	Хорошо

<p>Обучающийся демонстрирует относительно полное, но не всегда точное знание актуальных процессов и явлений в сфере медиакоммуникаций и журналистики, требующих теоретического осмысления; знание парадигм, теорий и концепций исследований функционирования медиакоммуникаций и журналистики; не полностью сформированное умение разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий медиакоммуникаций и журналистики, имеющихся научных подходов, в том числе междисциплинарных; не всегда уверенное владение понятийным аппаратом теории медиакоммуникаций и журналистики – при этом он допускает ошибки, в том числе существенные (в единичном количестве).</p>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Обучающийся демонстрирует фрагментарное и во многом неточное знание актуальных процессов и явлений в сфере медиакоммуникаций и журналистики, требующих теоретического осмысления; знание парадигм, теорий и концепций исследований функционирования медиакоммуникаций и журналистики либо отсутствие такого знания; недостаточно сформированное умение разрабатывать концепцию и методологию медиаисследования на базе знания современных теорий медиакоммуникаций и журналистики, имеющихся научных подходов, в том числе междисциплинарных; недостаточное владение понятийным аппаратом теории медиакоммуникаций и журналистики.</p>	<p>–</p>	<p>Неудовлетворительно</p>