

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Он-лайн журналистика

42.03.02 Журналистика
Направление подготовки с кодом

Журналистика и медийный бизнес
Направленность

Бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

Очная, заочная
Форма обучения

КРАСНОДАР 2018

Составитель:

Саблина Татьяна Александровна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Рецензент:

Дёмина Людмила Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 9 от 27июня 2018 года.

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов базовых знаний об он-лайн - журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы журналиста в конвергентных СМИ.

Задачи изучения:

1. Знакомство с современными каналами массовой коммуникации.
2. Изучение основных понятий, свойств и функций онлайн-журналистики.
3. Изучение возможностей использования мультимедийных сервисов в творческой работе журналиста.
4. Формирование практических навыков подготовки материалов для он-лайн-СМИ.
5. Формирование навыков создания в рамках отведенного бюджета времени материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)

Шифр компетенции и расшифровка	Знать	Уметь	Владеть
ПК-2 - способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	- специфику и принципы функционирования различных медийных платформ; - структуру и особенности организации работы конвергентной редакции; - технику и технологии создания материалов для онлайн-СМИ.	- оценивать эффективность современных каналов коммуникации, выбирать оптимальные; - ориентироваться в современных информационных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет-СМИ; - готовить авторские материалы для он-лайн-СМИ и размещать на различных мультимедийных платформах.	- методами применения SMM-технологий в работе журналиста; - навыками работы в условиях мультимедийной среды, - технологиями подготовки медиaproдукта в различных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика).

3. Место дисциплины в структуре ООП

Блок 1. Дисциплины (модули)	Обязательная дисциплина Вариативной части
-----------------------------	---

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, семестр
		Лекции	Семинары	Консультации		
3	108	16	32	2	40	Экзамен/7

Заочная форма

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, курс
		Лекции	Семинары	Консультации		
3	108	6	12	-	81	Экзамен/5

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по каждой форме обучения

Очная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Академические часы	Вид учебного занятия
1	Роль журналистики в информационном обществе	2/2	Л/С.
2	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Виды онлайн-информационных ресурсов	2/2	Л/С.
3	Особенности контента интернет-СМИ	2/6	Л/С
4	Специфика работы в конвергентной редакции	2/6	Л/С.
5	Жанрово-тематическое своеобразие онлайн-СМИ. Особенности мультимедийных жанров	2/6	Л/С
6	Интернет-технологии в работе журналиста	2/6	Л/С
7	Правовые основы регулирования распространения массовой информации в Интернете	2/2	Л/С.
8	Перспективы развития онлайн-журналистики. Медиа-тренды.	2/2	Л/С.

Заочная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Акаде- миче- ские ча- сы	Вид учебно- го заня- тия
1	Роль журналистики в информационном обществе. Перспективы развития онлайн-журналистики. Медиатренды	2/2	Л/С
2	Интернет-СМИ как часть медиасистемы. Виды онлайн-информационных ресурсов	2	С
3	Специфика работы в конвергентной редакции	2/2	Л/С
4	Жанрово-тематическое своеобразие онлайн-СМИ. Особенности мультимедийных жанров	4	С
5	Интернет-технологии в работе журналиста	2	С
6	Правовые основы регулирования распростра- нения массовой информации в Интернете	2	Л

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттеста- ции обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Шифр компетенции и ее содержание:		
ПК-2 – способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.		
Этап 1	Знать	специфику и принципы функционирования различных медийных платформ, структуру и особенности организации работы конвергентной редакции
Этап 2	Уметь	ориентироваться в современных форматах, жанровой и стилистической специфике интернет-СМИ
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графике)

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность,	Знание специфики и	Системные, проч-	Обобщенные зна-	Фрагментарные	Незнание специфики и	Вопросы к экза-

	прочность знаний; обобщенность знаний	принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвентной редакции	ные знания специфика принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвентной редакции	ния специфика и принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвентной редакции	представления о специфике и принципах функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвентной редакции	принципов функционирования различных медийных платформ, структуры и особенностей организации работы конвентной редакции	мену
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	Умение ориентироваться в современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Точное представление о современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Знание основных современных форматов, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Поверхностное представление о современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Неумение ориентироваться в современных форматах, жанровой и стилевой специфике интернет СМИ	Практические задания, дебаты
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	Владение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной аудио, видео, графике)	На высоком уровне владение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графике)	Общий ориентир в выборе технологий подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графике)	Фрагментарное владение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной аудио, видео, графике)	Невладение технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио, видео, графике)	Практические задания

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с ис-

пользованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: первый.

Средство оценивания: вопросы к экзамену.

Вопросы к экзамену:

1. Роль журналистики в информационном обществе.
2. Трансформация журналистской деятельности в эпоху информационного общества.
3. Переход от средств массовой информации (СМИ) к средствам массовой коммуникации (СМК).
4. Онлайн-СМИ как часть медиасистемы.
5. Виды онлайн-информационных ресурсов.
6. Особенности контента интернет-СМИ. Управление контентом.
7. Специфика работы в конвергентной редакции.
8. Жанрово-тематическое своеобразие онлайн-СМИ.
9. Особенности мультимедийных жанров.
10. Интернет-технологии в работе журналиста.
11. Правовые основы регулирования распространения массовой информации в Интернете.
12. Типология и специфика интернет - СМИ.
13. Свойства веб-публикаций: интерактивность, персональный подход, инфоцентричность, мгновенность, измеримость, гибкость, взаимосвязанность, экономичность.
14. Функции интернет-СМИ.
15. Интернет-сервисы, поисковые системы и каталоги.
16. Процесс и технологии подготовки материалов для сетевого издания.
17. Три цикла новостей в Интернете. Ситуация «высоких новостей».
18. Новые профессии и роли журналиста в информационном обществе.
19. Гражданские медиа. Контент, создаваемый пользователями. Блоги.
20. Особенности социологических исследований аудитории сетевых СМИ.
21. Характерные особенности подготовки авторской веб-страницы.
22. Особенности обратной связи с онлайн-аудиторией. Формы интерактива.
23. Специфика создания современных онлайн-проектов.
24. Электронные версии традиционных СМИ в сети.
25. Визуализация данных в современной журналистской практике.
26. Технологии современного онлайн-продвижения массмедиа.
27. Вербальный и визуальный контент онлайн-медиа.
28. Проведение опросов в Интернете. Их особенности.
29. Правовые основы регулирования распространения массовой информации в Интернете. Законодательство РФ о СМИ и публикациях в Интернете.
30. Перспективы развития онлайн- журналистики. Медиа тренды.

Компетенция: ПК-2: способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с ис-

пользованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Этап формирования компетенции: второй.

Средство оценивания: дебаты

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы, формирующие систему интернет-СМИ нашего региона.
2. SMM-технологии в позиционировании контента современных онлайн-медиа.
4. Информационные технологии и виртуальные коммуникации в работе редакций интернет-СМИ.
5. Краудфандинг как способ финансирования медиапроектов.
6. Что интересует аудиторию онлайн-СМИ?
7. Платный контент интернет-СМИ: плюсы и минусы для аудитории.

Обсуждение вопросов проходит в определенных смысловых и временных рамках. Обозначается и контролируется время, отведенное на подготовку и выступление участников, на вопросы и ответы. Смысловой контекст задается ключевым тезисом, выбранным для обсуждения. Студенты предлагают аргументы для раскрытия темы.

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

Этап формирования компетенции: второй-третий.

Средство оценивания: практические задания.

Практические задания:

1. Используя инструменты онлайн-сервисов:
 - подготовить тематический медиапродукт с использованием разных знаковых систем (вербальной, аудио-, видео-, графики);
 - визуализировать текстовую информацию, взяв за основу материал о медиатрендах;
 - разработать инфографику, опираясь на количественные данные государственных организаций;
 - подготовить облако тэгов на основе материалов СМИ или профессионально-этических документов.
2. Создать аккаунты в социальных сетях для продвижения образовательного проекта или медиапроекта, с учётом целевой аудитории. Разработать концепцию по увеличению количества пользователей.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

Этап формирования компетенции: первый-третий.

Средство оценивания: вопросы к экзамену.

Методика оценивания: выставление оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Наименование оценки	Критерий
Оценка ответа: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».	<ul style="list-style-type: none"> - оценка «отлично» выставляется студенту, если он имеет четкие представления по всем разделам курса; демонстрирует хорошие знания основных понятий курса; владеет основными принципами и методами анализа практического материала, дает аргументированные ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы, использует примеры и развернутые комментарии к ним; - оценка «хорошо» выставляется студенту, если он демонстрирует хорошие теоретические знания, но не всегда способен проиллюстрировать их убедительными примерами; дает уверенные ответы на вопросы билета, но некоторые дополнительные вопросы у него вызывают затруднения; - оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он недостаточно уверенно отвечает на вопросы билета, сталкивается со сложностями при ответе на некоторые дополнительные вопросы, затрудняется привести примеры; - оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил теоретический материал курса, допускает существенные ошибки, демонстрирует неумение применять специальные термины для объяснения конкретных фактов и решения практических задач.

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

Этап формирования компетенции: второй.

Средство оценивания: дебаты.

Методика оценивания: выставление оценки «зачтено»/ «не зачтено».

Наименование оценки	Критерий
Участие в дебатах: «зачтено» /«не зачтено»	- «зачтено» выставляется студенту, если он принимал активное участие в подготовке и проведении дебатов; - «не зачтено» выставляется студенту, если он не подготовился к проведению дебатов и не участвовал в обсуждении проблемных вопросов

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

Этап формирования компетенции: второй, третий.

Средство оценивания: практические задания.

Методика оценивания: выставление оценки «зачтено»/ «не зачтено».

Наименование оценки	Критерий
Выполнение практических заданий: «зачтено» /«не зачтено»	- «зачтено» выставляется студенту, если он вовремя и в полном объеме выполнил все практические задания; - «не зачтено» выставляется студенту, если он не справился с выполнением заданий.

Критерии оценки работы студента с практическими заданиями:

1. Соответствие решения сформулированным в задании вопросам (адекватность проблеме и ситуации на современном рынке рекламы и PR).
2. Оригинальность подхода (новаторство, креативность).
3. Глубина проработанности темы (обоснованность и комплексность решения, наличие альтернативных вариантов, прогноз).

Критерии оценки участия студентов в дебатах:

1. Знание и понимание теоретического материала:
 - определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;
 - используемые термины строго соответствуют теме.
2. Анализ и оценка информации:

- грамотно применяет категории анализа;
- умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;
- способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему;
- диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации);
- обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм;
- дает личную оценку проблеме.

3. Построение суждений:

- ясность и четкость изложения;
- логика структурирования доказательств;
- выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией;
- приводятся различные точки зрения и их личная оценка.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература (все источники размещены в ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>):

1. Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. Вологда: Инфра-Инженерия, 2018.
2. Интернет-журналистика / Калмыков А.А., Коханова Л.А. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

Дополнительная литература (все источники размещены в ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>):

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019.
2. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018. 341 с.

8. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля) (ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»)

Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>

ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>

ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>

НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>

Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>

Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).

Интернет–ресурсы:

Международная федерация журналистов – www.ifj.org

Европейский центр журналистики – www.ejc.nl

Французский институт прессы, Университет Париж-2 Пантеон, Франция – www.journalistes

Department of Communication Trinity University – <http://www.trinity.edu/departments/communication/courses.html>

Institute of European Studies – <http://ies.berkeley.edu/grants/index.html#letop>

Союз журналистов России – www.ruj.ru

Центр экстремальной журналистики России – www.cjes.ru

Фонд защиты гласности – www.gdf.ru

Медиасоюз РФ – www.ms.ru

Информационный портал для медиасообщества «Корпункт» – www.korpunkt.ru

Портал социально-гуманитарного и политологического образования – www.auditorium.ru

Журнал «Индекс. Досье на цензуру» – www.index.org.ru

Интернет-журнал медиакритики и медиаобразования – www.media-edu.ru

Проект «МедиаСпрут» – www.mediasprut.ru

Центр карьеры в СМИ – www.mmcc.ru

Средства массовой информации в интернете – www.smi.ru

Институт развития прессы (ИРП) – www.pdi.ru

Институт региональной прессы – <http://pdi.spb.ru>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>
2. ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>
3. ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>
4. НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>
5. Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>
6. Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).
7. Лицензионные программы, установленные на компьютерах, доступных в учебном процессе:
 - Microsoft Office Word 2007
 - Microsoft Office Excel 2007
 - Microsoft Office Power Point 2007
 - Microsoft Office Access 2007
 - Adobe Reader
 - Google Chrome
 - Mozilla Firefox
 - Kaspersky Endpoint-Security 10

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

11. Входной контроль знаний

Входной контроль знаний, умений и навыков обучающихся проводится в начале изучения дисциплины (модуля) – на первом занятии и позволяет оценить качество подготовки обучающихся по предшествующим дисциплинам (модулям), изучение которых необходимо для успешного освоения указанной дисциплины (модуля), а также помочь в совершенствовании и актуализации методик преподавания дисциплин (модулей). Предшествующими выступают такие дисциплины, как: «Основы журналистики», «Программные средства обработки информации», «Конвергентная журналистика».

Вариант №1

<p>1. Обозначьте три необходимых условия информативности аудитории, при соблюдении которых можно добиться прагматической адекватности текста:</p> <ul style="list-style-type: none">а) диффамация, оперативность, актуальность,б) точность, релевантность, аксиологичность,в) небанальность, декодируемость, релевантность,г) декодируемость, креативность, хроникальность.	<p>6. Заголовочный комплекс материала – это комбинация:</p> <ul style="list-style-type: none">а) заголовка, подзаголовка и названия рубрики;б) заголовка и лида;в) заголовка, подзаголовка и лида;г) всех заголовков, расположенных на одной странице издания.
<p>2. Что обозначает формула Д-Ж-Т-А?</p> <ul style="list-style-type: none">а) массово-информационный процесс,б) создание текста произведения,в) структура массового сознания,г) система СМИ.	<p>7. Интерактивность интернет-СМИ проявляется:</p> <ul style="list-style-type: none">а) в возможности незамедлительной обратной связи,б) в сопровождении сообщений звуковыми файлами и видеорядами;в) в доступе к уточняющей информации при помощи гиперссылок;г) в возможности обратиться к сообщению повторно в любое время
<p>3. Назовите автора теории глобальной деревни:</p> <ul style="list-style-type: none">а) М. Маклюэн,б) Г. Лассауэл,	<p>8. Найдите лишнюю характеристику массовой информации:</p> <ul style="list-style-type: none">а) ограниченная аудитория;б) специфический канал передачи –

<p>в) Д.Белл, г) К. Манхейм.</p>	<p>СМИ; в) легкость усвоения и удобный режим получения; г) непосредственная связь с массовой культурой.</p>
<p>4. Выберите самое широкое из представленных понятий: а) массовые информационные потоки; б) социальная информация; в) массовая информация; г) специализированная информация.</p>	<p>9. В 60-е гг. XX в. этот исследователь высказал мысль о том, что средство коммуникации само по себе является сообщением: а) Д. Белл, б) Х. Ортега-и-Гассет, в) Э. Берниз, г) М. Маклюэн.</p>
<p>5. Тип мышления, при котором окружающий мир превращается для человека в мозаику разрозненных образов, постоянно сменяющих друг друга, что не позволяет человеку длительное время сосредотачиваться на какой-либо информации и снижает его способность к анализу: а) мифологическим, б) творческим, в) образным, г) клиповым.</p>	<p>10. Как называется новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания? а) индустриальное общество; б) цивилизованное общество; в) информационное общество; г) медиатизированное общество.</p>

Вариант №2

<p>1. Совокупность всех блогов принято называть: а) гиперпространство, б) информационное поле, в) блогпространство, г) блогосфера.</p>	<p>6. Первая в России ежедневная интернет-газета, не имевшая печатного аналога: а) «Лента.ру», б) «Газета.ру», в) «Вести.ру», г) «Новости.ру».</p>
<p>2. Сайт, созданный специально для продвижения какого-либо товара либо услуги или основного сайта: а) промосайт, б) корпоративный сайт, в) сайт - форум, г) сайт - визитка.</p>	<p>7. Доминирующую роль во всех областях жизни играет система массовых коммуникаций, реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий Интернета: а) в сетевой журналистике, б) в информационном обществе, в) в процессе переориентации экономики от товаропроизводства к сервису, г) в кибернетике.</p>
<p>3. Какие данные не прослеживаются счетчиками веб-сайтов? а) число уникальных посетителей, б) число переходов по ссылкам внутри сайта, в) возраст пользователей, г) страны, жители которых посещают сайт.</p>	<p>8. Основой журналистской деятельности является: а) образ; б) факт; в) проблема; г) Интернет.</p>

<p>4. Скриншот – это</p> <ul style="list-style-type: none"> а) элемент навигации, б) синоним хостинга, в) снимок с экрана, г) элемент браузера. 	<p>9. Отметьте параметр, который имеет отношение к типологизации СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) способ доставки; б) вид онлайн-формата; в) регион распространения; г) авторский коллектив.
<p>5. Что такое домен?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) это имя сайта в сети, по которому его находят, б) текстовое наполнение сайта, в) количество посетителей сайта, г) анализ текущей активности в сети. 	<p>10. Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Г. Лассуэлл, б) М. Маклюэн, в) Дж.Гербнер, г) К.Шеннон.

Вариант №3

<p>1. Как называется информационно-наполненный дневник пользователя?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) тэг, б) файл, в) блог, г) браузер. 	<p>6. Отметьте три основных вида творческой деятельности любого журналиста:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) публицистическая, коммуникативная, организаторская; б) организаторская, редакторская, авторская; в) организаторская, авторская, публицистическая; г) авторская, организаторская, коммуникативная.
<p>2. Назовите автора теории глобальной деревни:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) М. Маклюэн, б) Г. Лассауэл, в) Д.Белл г) К. Манхейм. 	<p>7. Подберите соответствующий термин данному описанию: «устойчивая форма отражения действительности, определяемая назначением журналистского произведения и особенностями композиционно-стилистических свойств»</p> <ul style="list-style-type: none"> а) формат, б) жанр, в) композиция, г) контент.
<p>3. Назовите «три стороны» журналистского текста в контексте массово-информационной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) семантическая, синтактическая, прагматическая; б) стилистическая, прагматическая, семантическая; в) синтактическая, информационная, организационная; г) организационная, стилистическая, семантическая. 	<p>8. Суть теории социальной ответственности СМИ, возникшей в США на основе практики журналистики, состоит в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) социальная ответственность прессы перед обществом обеспечивается и контролируется государством; б) свобода прессы должна сочетаться с социальной ответственностью перед обществом; способствовать самостоятельному формированию взглядов и позиций аудитории путем представления обществу максимально полной и достоверной информации; в) социальная ответственность журналиста перед обществом состоит в неисполь-

	зовании непроверенной информации; г) ни один из предложенных вариантов ответов не отражает суть теории социальной ответственности.
4. Это краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг: а) корпоративное представительство, б) визитка, в) электронный магазин, г) портал.	9. Информационное пространство – это: а) содержательная составляющая любого СМИ; б) пространство, сформированное сетью Интернет; в) пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация; г) мультимедийный ньюсрум.
5. Назовите направления реализации информационной политики СМИ: а) организация, планирование, информирование, б) информирование, пропаганда, агитация, в) пропаганда, агитация, организация, г) пропаганда, PR, агитация.	10. Как называется процесс двустороннего обмена информацией между отправителем и получателем, ведущий к взаимному пониманию ее интеллектуального и эмоционального содержания? а) коммуникация; б) интеракция; в) перцепция; г) кооперация.

12. Проверка остаточных знаний

Контроль наличия у обучающихся сформированных результатов обучения (знаний, умений и навыков) по настоящей дисциплине может быть проведен через 6-8 месяцев после завершения ее изучения. Данный контроль позволяет получить независимую оценку качества подготовки обучающихся. Формы контроля – компьютерное тестирование. Приведенный ниже материал внесен в соответствующее программное средство.

Вариант №1

1. Назовите автора теории глобальной деревни: а) М. Маклюэн, б) Г. Лассауэл, в) Д. Белл г) К. Манхейм.	6. Скриншот – это а) элемент навигации, б) синоним хостинга, в) снимок с экрана, г) элемент браузера.
2. Какие данные не прослеживаются счетчиками веб-сайтов? а) число уникальных посетителей, б) число переходов по ссылкам внутри сайта, в) возраст пользователей, г) страны, жители которых посещают сайт.	7. Что такое домен? а) это имя сайта в сети, по которому его находят, б) текстовое наполнение сайта, в) количество посетителей сайта, г) анализ текущей активности в сети.
3. Совокупность всех блогов принято называть:	8. Инструмент, позволяющий оценить популярность публикации в сети:

<p>а) гиперпространство, б) информационное поле, в) блогпространство, г) блогосфера.</p>	<p>а) счетчик посещений, б) интерактивность, в) баннер, г) тэги.</p>
<p>4. Сайт, созданный специально для продвижения какого-либо товара либо услуги или основного сайта: а) промосайт, б) корпоративный сайт, в) сайт - форум, г) сайт - визитка.</p>	<p>9. В каком году был зарегистрирован домен ru, ставший основой рунета? а) 1987 г., б) 1990 г., в) 1992 г. г) 1994 г.</p>
<p>5. Первое русскоязычное СМИ, сделавшее ставку на полноценную мультимедийность: а) РИА НОВОСТИ, б) НТВ, в) Газета.ру г) РБК.</p>	<p>10. Как называется информационно-наполненный дневник пользователя? а) тэг, б) файл, в) блог, г) браузер.</p>

Вариант №2

<p>1. В типологии сайтов отсутствует такой вид как а) электронный магазин, б) портал, в) резюме, г) система управления предприятием.</p>	<p>6. Авторский проект «Вечерний Интернет» – это: а) первый в истории РУНЕТа общественно-политический интернет-журнал; б) первое в истории РУНЕТа ежедневное обозрение русской и мировой Сети под редакцией А. Носика; в) первая онлайн-версия печатного журнала; г) первый онлайн-журнал заметок «обо всем и ни о чем» Ивана Паравозова.</p>
<p>2. Первая в России ежедневная интернет-газета, не имевшая печатного аналога: а) «Газета.ру», б) «Лента.ру», в) «Вести.ру», г) «Вечерний Интернет».</p>	<p>7. «Кризис вторичности» в среде интернет-СМИ – это: а) стремление к сенсационности; б) недоступность интернет-изданий; в) дефицит информационных материалов, г) обезличивание информации, острый дефицит авторских материалов.</p>
<p>3. Что такое гипертекст? а) очень большой по объёму текстовый контент, б) текст, связанный ссылками с другими текстами, в) текст о важных событиях дня; г) текст с читательскими комментариями к материалу.</p>	<p>8. Основой журналистской деятельности является: а) образ, б) Интернет, в) проблема, г) факт.</p>
<p>4. Назовите первый интерактивный литературный проект, в русскоязычном сегменте Интернета, который вышел 10 октября 1995 года:</p>	<p>9. Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эф-</p>

<p>а) «Литература.ру», б) «РОМАН», в) «Литературная Москва» г) «СТИХИ И ПРОЗА».</p>	<p>фектом? а) Г. Лассуэлл, б) М. Маклюэн, в) Дж. Гербнер, г) К. Шеннон.</p>
<p>5. Доминирующую роль во всех областях жизни играет система массовых коммуникаций, реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий Интернета в: а) сетевой журналистике, б) в информационном обществе, в) в процессе переориентации экономики от товаропроизводства к сервису, г) в кибернетике.</p>	<p>10. Обозначьте три необходимых условия информативности аудитории, при соблюдении которых можно добиться прагматической адекватности текста: а) диффамация, оперативность, актуальность, б) точность, релевантность, аксиологичность, в) небанальность, декодируемость, релевантность, г) декодируемость, креативность, хроникальность.</p>

Вариант №3

<p>1. Впервые термин «новая журналистика» обозначил: а) Томас Вулф, б) Питер Томсон, в) Майкл Мур, г) Карл Бернстайн.</p>	<p>6. Это краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг: а) корпоративное представительство, б) визитка, в) электронный магазин, г) портал.</p>
<p>2. Веблог – это а) периодическое издание, б) социальная сеть, в) программа перекодировки HTML-текста, г) сетевой журнал, дневник событий.</p>	<p>7. Назовите направления реализации информационной политики СМИ: а) организация, планирование, информирование, б) информирование, пропаганда, агитация, в) пропаганда, агитация, организация, г) пропаганда, PR, агитация.</p>
<p>3. В каком году в США появилась первая электронная газета The Electronic Club? а) в 1990 г., б) в 1989 г., в) в 1991, г) в 1994 г.</p>	<p>8. Выберите самое широкое из представленных понятий: а) массовые информационные потоки; б) социальная информация; в) массовая информация; г) специализированная информация.</p>
<p>4. Назовите «три стороны» журналистского текста в контексте массово-информационной деятельности: а) семантическая, синтаксическая, прагматическая; б) стилистическая, прагматическая, семантическая; в) синтаксическая, информационная, организационная; г) организационная, стилистическая, семантическая.</p>	<p>9. Тип мышления, при котором окружающий мир превращается для человека в мозаику разрозненных образов, постоянно сменяющих друг друга, что не позволяет человеку длительное время сосредотачиваться на какой-либо информации и снижает его способность к анализу: а) мифологическим, б) творческим, в) образным, г) клиповым.</p>

<p>5. Найдите лишнюю характеристику в классификации веб-изданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) клоны несетевых изданий; б) издания, существующие только в Интернете; в) гендерные издания; г) смешанные издания. 	<p>10. Заголовочный комплекс материала – это комбинация:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) заголовка, подзаголовка и названия рубрики; б) заголовка и лида; в) заголовка, подзаголовка и лида; г) всех заголовков, расположенных на одной странице издания.
--	---

Вариант №4

<p>1. Как называется крупный веб-ресурс, предназначенный для формирования некоего Интернет-сообщества, объединяющий множество различных сервисов, представляющий клиентам возможность покупки товаров, партнерам – обмен информацией?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) портал, б) корпоративное представительство, в) информационный сайт, г) система управления предприятием. 	<p>6. Основой для выделения интернет-СМИ в отдельную категорию СМИ являются следующие признаки:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) уникальность способа распространения информации; б) техническая опосредованность передачи и распространения информации, доступность индивидуального приема информации; в) гипертекстуальность, мультимедийность, возможность интерактивного потребления информационного продукта; г) отсутствие цензуры.
<p>2. Назовите первую американскую электронную газету:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Washington Post, б) The Electronic Club, в) Newsweek, г) USA Today. 	<p>7. Найдите лишнюю характеристику массовой информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) ограниченная аудитория; б) специфический канал передачи – СМИ; в) легкость усвоения и удобный режим получения; г) непосредственная связь с массовой культурой.
<p>3. Промоушн-сайт – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) сайт, являющийся прямой рекламой отдельно взятого товара или события; б) сайт, интегрированный в корпоративную информационную систему управления предприятием; в) сайт, предназначенный для продажи товаров, услуг через Интернет; г) сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг. 	<p>8. Понятие «массовая коммуникация» появилось:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) в 40-х гг. XX в. во Франции; б) 60-х гг. XX в. в СССР; в) 20-х гг. XX в. в США; г) 80-х гг. XX в. в Германии.
<p>4. Что обозначает формула Д-Ж-Т-А?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) массово-информационный процесс, б) создание текста произведения, в) структура массового сознания, г) система СМИ. 	<p>9. Одностраничный сайт, основной задачей которого является сбор контактных данных целевой аудитории, усиление эффективности сообщения, рекламы, увеличение аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) таргетинг, б) брендинг, в) лендинг, г) конверсия.

<p>5. Интерактивность интернет-СМИ проявляется:</p> <p>а) в возможности незамедлительной обратной связи,</p> <p>б) в сопровождении сообщений звуковыми файлами и видеорядами;</p> <p>в) в доступе к уточняющей информации при помощи гиперссылок;</p> <p>г) в возможности обратиться к сообщению повторно в любое время.</p>	<p>10. Как называется разновидность журналистики, при которой с помощью 3D-технологий и технологий виртуальной реальности создается эффект присутствия в конкретном месте, описываемом в новостных материалах, репортажах с места событий и документальных фильмах?</p> <p>а) мультимедийная журналистика,</p> <p>б) конвергентная журналистика,</p> <p>в) журналистика данных,</p> <p>г) иммерсивная журналистика.</p>
--	---

Вариант №5

<p>1. Назовите первую в России ежедневную интернет-газету, которая вышла в свет 1 марта 1999 года</p> <p>а) dni.ru,</p> <p>б) news.ru,</p> <p>в) lenta.ru,</p> <p>г) gazeta.Ru.</p>	<p>6. Информационное пространство – это:</p> <p>а) содержательная составляющая любого СМИ;</p> <p>б) пространство, сформированное сетью Интернет;</p> <p>в) пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация;</p> <p>г) мультимедийный ньюсрум.</p>
<p>2. Какие задачи не выполняет сайт-визитка?</p> <p>а) проведение маркетинговых исследований,</p> <p>б) представление компании,</p> <p>в) вызов интереса к компании,</p> <p>г) обеспечение запоминаемости.</p>	<p>7. Как называется процесс двустороннего обмена информацией между отправителем и получателем, ведущий к взаимному пониманию ее интеллектуального и эмоционального содержания?</p> <p>а) коммуникация;</p> <p>б) интеракция;</p> <p>в) перцепция;</p> <p>г) кооперация.</p>
<p>3. Подберите соответствующий термин данному описанию: «устойчивая форма отражения действительности, определяемая назначением журналистского произведения и особенностями композиционно-стилистических свойств»</p> <p>а) формат,</p> <p>б) жанр,</p> <p>в) композиция,</p> <p>г) контент.</p>	<p>8. Назовите функцию массовых коммуникаций, состоящую в развлечении, получении радости и удовольствия:</p> <p>а) культуроформирующая;</p> <p>б) гедонистическая;</p> <p>в) рекламно-справочная;</p> <p>г) компенсаторная.</p>
<p>4. В 60-е гг. XX в. этот исследователь высказал мысль о том, что средство коммуникации само по себе является сообщением:</p> <p>а) Д. Белл,</p> <p>б) Х. Ортега-и-Гассет,</p> <p>в) Э. Берниз,</p> <p>г) М. Маклюэн.</p>	<p>9. Формат подачи журналистских материалов в Интернете, представляющий собой большое количество текста, разбитого на части с помощью различных мультимедийных элементов: фотографий, видео, аудио, инфографики и др.:</p> <p>а) облако тэгов,</p> <p>б) тайм-линия,</p> <p>в) лонгрид,</p> <p>г) гипертекст.</p>
<p>5. Как называется новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными</p>	<p>10. Назовите специфические свойства Интернет-СМИ:</p>

<p>продуктами производства являются информация и знания?</p> <p>а) индустриальное общество; б) цивилизованное общество; в) информационное общество; г) медиатизированное общество.</p>	<p>а) линейность, многофункциональность, интерактивность; б) гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность; в) контекстуальность, интерактивность, инфоцентричность; г) нелинейность, инфоцентричность, мультимедийность.</p>
---	---