

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.06.2022 16:48:08  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18e

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

*Институт мировой экономики и бизнеса*

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.02.14 Теория и практика массовой информации**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Связи с общественностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации» является формирование у студентов понимания основ массовой информации, функционирования конкретных средств ее распространения - периодической печати, радиовещания, телевидения, информационных агентств, Интернет-СМИ.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
		ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
		ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	<p>ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.</p>
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	<p>ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p>

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО (вариативная компонента).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики</b>
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Введение в специальность. История рекламы и связей с общественностью. Основы теории коммуникации. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR.	Кризисные коммуникации. Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Международные маркетинговые коммуникации.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Компьютерные технологии и информатика. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Современные технологии	Кризисные коммуникации. Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
		презентации.	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Введение в специальность. Социология. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Практика социальной рекламы.	Практика интегрированных коммуникаций (мастерская). Основы брендинга.
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Введение в специальность. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности.	Управление коммуникационными кампаниями. Управление коммуникационными проектами.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности.	Разработка digital-проекта. Управление коммуникационными проектами. Эффективность рекламных кампаний.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации» составляет 4 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2...	5	6	
Контактная работа, ак.ч.	66	-	-	34	32	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	33	-	-	17	16	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	33	-	-	17	16	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	51	-	-	29	22	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27	-	-	9	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	-	-	72	72
	зач.ед.	4	-	-	2	2

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.	Тема 1.1. Информация и её виды. Понятие, сущность информации и связанных с ней категорий (информатика, информатизация, информирование, массовая информация, информационное общество). Общество и информация. Коммуникация и информация: тождество и различие. Массовая информация и её типы.	ЛК
	Тема 1.2. История развития массовой информации. Зарождение массовых информационных процессов в традиционном обществе. Выделение производителей информационных текстов в профессиональные коллективы. Функционирование системы СМК как «адресант-текст-адресат». Развитие письменных форм массовой информации. История СМИ: от папирусных свитков египетских фараонов и сводок новостей в Древнем Риме при Юлии Цезаре («ActaSenatus», «ActadiurnapopuliRomani») к	ЛК

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	newmedia. Материальные носители информационных текстов.	
	<i>Тема 1.3. Система средств массовой информации.</i> Сравнительно-исторические характеристики развития СМИ. Создание системы периодических изданий. Радиовещание. Телевидение. Интернет.	ЛК
	<i>Тема 1.4. Организация информационного производства.</i> Рынок средств массовой информации. Законодательство о СМИ, рекламе, государственной тайне и другие нормативные акты, связанные с информационным производством и распространением. Организация деятельности редакции. «Жизненный цикл» периодического издания.	ЛК
ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.	<i>Тема 2.1. Сбор массовой информации.</i> Выбор темы. Методика сбора информации. Аудитория как источник информации.	СЗ
	<i>Тема 2.2. Обработка массовой информации.</i> Особенности и виды журналистской деятельности. Структура редакции. Система редакционного планирования.	СЗ
	<i>Тема 2.3. Тексты массовой информации.</i> Работа над текстом. Информационные жанры. Аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры. Основные особенности «сетевых текстов».	СЗ
	<i>Тема 2.4. Распространение массовой информации.</i> Рынок потребителей информации. Потребительские параметры информационной продукции.	СЗ
ПРАВОВОЙ РАЗДЕЛ.	<i>Тема 3.1. Правовое регулирование средствами массовой информации.</i> Политика правительства Российской Федерации в области средств массовой информации в последнем десятилетии XX – начале XXI вв. Особенности становления законодательства по правовому регулированию деятельности СМИ. Закон «О средствах массовой информации» (1991 г.). Нормативные акты и документы, регламентирующие деятельность печати. «О приватизации издательств, полиграфических предприятий оптовой книжной торговли Комитета Российской Федерации по печати» (1994 г.), «О государственной поддержке средств	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	массовой информации и книгоиздания Российской Федерации» (1995 г.), «Об улучшении информационного обеспечения населения Российской Федерации (1996 г.), «О порядке применения налоговых льгот по продукции средств массовой информации и книжной продукции» (1996 г.), а также другие законодательные и нормативные акты, направленные на улучшение экономического положения печати.	
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ РАЗДЕЛ.	<i>Тема 4.1. Развитие массовой информации в XXI веке. Модели развития СМИ. СМИ в социально-политическом управлении обществом. Аудитория СМИ как субъект журналистской деятельности.</i>	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины*

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Семинарская	Аудитория для проведения занятий	стационарный



Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации [Текст/электронный ресурс]: Учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: КноРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05842-8: 908.49.

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6268>

### *Дополнительная литература:*

1. Афанасьев В.Г. Социальная информация. - М., 1994.
2. Буданцев Ю.П. Массовые коммуникации: основы системной коммуникологии. - М.: РУДН, 2017.
3. Варганова Е.Л. Постсоветская трансформация российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
4. Грабельников А.А. Введение в организацию информационного производства: учебно-методический комплекс. – М.: РУДН, 2013.
5. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. - М.: Изд-во РУДН, 2001.
6. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. - М., 1996.
7. Ким М.Н. Современные жанры журналистики. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.
8. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учеб. пособие. 5-е изд. - М.: Аспект-пресс, 2014.
9. Тулупов В.В., Колосов А.А., Цуканова М.И., Сапунов В.И., Бобряшов А.А. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
10. Шуმიлина Т.В. Методы сбора информации в журналистике. - М., 1983.

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

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

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- базы данных Ассоциации менеджеров России;

- база данных по бизнесу и экономике Business Source Complete;
- информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН;
- книжные коллекции издательства «SPRINGER»;
- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.О.02.14 «Теория и практика массовой информации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета*

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.,

протокол № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Н.В. Трубникова

(подпись)

# **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Теория и практика массовой информации»**

**(42.03.01) «Реклама и связи с общественностью»**

**«Реклама», «Связи с общественностью»**

**Квалификация «бакалавр»**

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Теория и практика массовой информации»**

Направление: (42.03.01) Реклама и связи с общественностью

Код индикатора контролируемой компетенции	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения дисциплины)				Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа		Самостоятельная работа	Итоговый тест (аттестационное испытание)/КР		
			Тест	Работа на занятии: консп. лекций				
ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ	Тема 1: ИНФОРМАЦИЯ И ЕЕ ВИДЫ.	5	2	5	2	14	5 6
		Тема 2: ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	5	2	5	2	14	
		ТЕМА 3: СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	5	2	5	2	14	
		ТЕМА 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА	5	2	5	2	14	
ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1;	Раздел 2. ПРАКТИЧЕ	Тема 1: СБОР МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	7	2	7	2	18	4 4
		Тема 2: ОБРАБОТКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	1	2	1	2	6	

		Тема 3: ТЕКСТЫ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	1	4	1	4	10		
		Тема 4: РАСПРОСТРАНЕНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	1	4	1	4	10		
		Всего	30	20	30	20	100	100	
		ИТОГО за 5 семестр					100	100	
ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	Раздел 3. ПРАВОВОЙ	Тема 1: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	15	10	15	10	50	50	
ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	Раздел 4. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ	Тема 1: РАЗВИТИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В XXI ВЕКЕ	15	10	15	10	50	50	
		Всего	30	20	30	20	100	100	
		ИТОГО за 6 семестр					100	100	

## **Балльно-рейтинговая система оценки знаний по дисциплине**

Система оценки знаний по дисциплине осуществляется по 100-балльной системе и включает оценку учебной деятельности студента по следующим параметрам:

- тест;
- работа на занятии: конспект лекций;
- реферат;
- выполнение итоговой аттестации (тест).

### **5 семестр**

**100 баллов, которые за семестр может набрать студент, распределяются следующим образом:**

<b>№ п/п</b>	<b>ВИД УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ</b>	<b>БАЛЛЫ</b>
1.	Тест	30 баллов
2.	Работа на занятии: конспект лекций	20 баллов
3.	Реферат	30 баллов
4.	Итоговое аттестационное испытание по дисциплине (тест)	20 баллов
	Всего:	100 баллов

В процессе освоения программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме теста.

Рубежный контроль осуществляется с помощью защиты рефератов и проводится в рамках аудиторных занятий. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме письменного зачета с оценкой (тест) и контрольной работы с целью проверки и оценки полученных знаний. Максимальная оценка за промежуточную аттестацию – 20 баллов.

## 6 семестр

100 баллов, которые за семестр может набрать студент, распределяются следующим образом:

№ п/п	ВИД УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ	БАЛЛЫ
1.	Тест	30 баллов
2.	Работа на занятии: конспект лекций	20 баллов
3.	Реферат	30 баллов
4.	Итоговое аттестационное испытание по дисциплине (тест)	20 баллов
	Всего:	100 баллов

В процессе освоения программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме теста.

Рубежный контроль осуществляется с помощью защиты рефератов и проводится в рамках аудиторных занятий. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме письменного экзамена (тест) с целью проверки и оценки полученных знаний. Максимальная оценка за промежуточную аттестацию – 20 баллов.

### Условия прохождения курса и получения зачета с оценкой/экзамена

Уровень освоения студентами дисциплины, в целом, соответствует оценкам по традиционной шкале оценок и по шкале ECTS (A(5+); B(5); C(4); D(3+); E(3); FX(2+); F(2)).

Соответствие систем оценок (используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости).

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)



69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

### Описание оценок ECTS

<b>A</b>	<b>“Отлично”</b> – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
<b>B</b>	<b>“Очень хорошо”</b> – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.
<b>C</b>	<b>“Хорошо”</b> – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
<b>D</b>	<b>“Удовлетворительно”</b> – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
<b>E</b>	<b>“Посредственно”</b> – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.
<b>FX</b>	<b>“Условно неудовлетворительно”</b> – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.

<b>F</b>	<p><b>“Безусловно неудовлетворительно”</b> – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.</p>
----------	---

**Положительными оценками**, при получении которых курс засчитывается обучаемому в качестве пройденного, являются оценки А, В, С, D и E.

1. Раздел дисциплины «Теория и практика массовой информации» считается освоенным, если студент набрал более 50 % от возможного числа баллов по этому разделу.
2. Студент не может быть аттестован по дисциплине, если он не освоил все темы и разделы дисциплины, указанные в сводной оценочной таблице дисциплины.
3. По решению преподавателя и с согласия студентов, не освоивших отдельные разделы (темы) изучаемой дисциплины, в течение учебного семестра могут быть повторно проведены мероприятия текущего контроля успеваемости или выданы дополнительные учебные задания по этим темам или разделам. При этом студентам за данную работу засчитывается минимально возможный положительный балл (51 % от максимального балла).
4. При выполнении студентом дополнительных учебных заданий или повторного прохождения мероприятий текущего контроля, полученные им баллы засчитываются за конкретные темы. Итоговая сумма баллов не может превышать максимального количества баллов, установленного по данным темам (в соответствии с приказом Ректора № 564 от 20.06.2013). По решению преподавателя предыдущие баллы, полученные студентом по учебным заданиям, могут быть аннулированы.
5. График проведения мероприятий текущего контроля успеваемости формируется в соответствии с календарным планом курса. Студенты обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем.
6. Время, которое отводится студенту на выполнение мероприятий текущего контроля успеваемости, устанавливается преподавателем.
7. Использование источников (в том числе конспектов лекций) во время выполнения контрольных мероприятий не разрешается.
8. Отсрочка в прохождении мероприятий текущего контроля успеваемости считается уважительной только в случае болезни студента, что подтверждается наличием у него медицинской справки, заверенной круглой печатью в поликлинике № 25, предоставляемой преподавателю не позднее двух недель после выздоровления. В этом случае выполнение контрольных мероприятий осуществляется после выздоровления студента в срок, назначенный преподавателем. В противном случае, причина отсутствия студента на контрольном мероприятии признается неуважительной.
9. Студент допускается к итоговому контролю знаний с любым количеством баллов, набранных в семестре, но при условии, что у студента имеется теоретическая возможность получить за весь курс не менее 31 балла.

10. По результатам итогового контроля знаний (теста) студент может набрать максимально 20 баллов.
11. Если в итоге за семестр студент получил менее 31 балла, то ему выставляется оценка F и студент должен повторить эту дисциплину в установленном порядке. Если же в итоге студент получил 31-50 баллов, т. е. FX, то студенту разрешается добор необходимого (до 51) количества баллов путем повторного однократного выполнения предусмотренных контрольных мероприятий, при этом по усмотрению преподавателя аннулируются соответствующие предыдущие результаты.
12. Ликвидация задолженностей проводится в период, установленный деканатом ИМЭБ.

**1. Комплект примерных тестовых заданий для проведения текущей и итоговой аттестации в 5, 6 семестре по дисциплине «Теория и практика массовой информации»**

**ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА**

**Примеры тестовых заданий**

**1 вариант**

13. Продуктом газетной деятельности является	<p>А. Различные печатные тексты.</p> <p>Б. Общественная деятельность.</p> <p>В. Слова.</p>
14. Газета - это	<p>А. Средство массовой информации.</p> <p>Б. Средство массовой коммуникации.</p> <p>В. Средство массовой культуры.</p>
15. Учредителем газеты не может быть	<p>А. Редакционный коллектив.</p> <p>Б. Отдельный гражданин.</p> <p>В. Партийная организация.</p>
16. Закон РФ о СМИ был принят	<p>А. В 1990 г.</p> <p>Б. В 1991 г.</p> <p>В. В 1992 г.</p>
17. В числе религиозных изданий есть	<p>А. Политические.</p> <p>Б. Информационно-развлекательные.</p> <p>В. Студенческие</p>
18. Переход изданий из одной типологической группы в другую связан с	<p>А. Рыночной конъюнктурой.</p> <p>Б. Политической обстановкой.</p> <p>В. Пожеланием журналистов.</p>
19. Газета «Коммерсант» относится к	<p>А. Информационной прессе.</p> <p>Б. Деловой прессе.</p> <p>В. Отраслевой прессе.</p>

<p>20. В число нарушений закона о СМИ не входит</p>	<p>А. Пропаганда насилия. Б. Пропаганда национализма. В. Пропаганда порнографии.</p>
<p>21. Качественная пресса - это:</p>	<p>А. Информационно-развлекательная. Б. Деловая. В. Рекламно-справочная.</p>
<p>22. Типологическое расширение печати влечет за собой:</p>	<p>А. Появление новых видов изданий. Б. Расширение структуры редакционного коллектива. В. Увеличение жанров.</p>
<p>23. Почему журналистский труд носит комплексный характер?</p>	<p>А. Соединяет в себе несколько профессий. Б. Сочетает несколько видов журналистской деятельности. В. В производстве информации участвует много людей.</p>
<p>24. К какому виду труда относится выбор темы будущего выступления в газете?</p>	<p>А. Коллективный. Б. Индивидуальный. В. Организационный.</p>
<p>25. Как соотносится оперативность подготовки материалов с требованиями глубины разработки темы, совершенствования формы произведения?</p>	<p>А. Прямо пропорционально. Б. Обрато пропорционально. В. Регулярность материалов на одну и ту же тему позволяет углублять ее разработку.</p>
<p>26. Что такое помощь автору в его работе над материалом?</p>	<p>А. Обсуждение темы и составление плана публикации. Б. Написание за автора текста публикации. В. Помощь советами на всех стадиях подготовки материала.</p>
<p>27. Каким образом тип издания оказывает влияние на структуру редакции?</p>	<p>А Увеличивает количество сотрудников в секретариате. Б. Заставляет создавать соответствующие типу издания творческие подразделения. В. Тип издания на структуру редакции не влияет.</p>
<p>28. Каким образом можно совместить функциональную и организационную подструктуры в редакционном</p>	<p>А. В ходе планирования работы редакции. Б. Реальные функции сотрудников закрепить в штатном расписании редакции. В. Документально закрепить неформальные связи между</p>

коллективе?	сотрудниками редакции.
29. В каких формах выражается связь редакции с издателем?	<p>А. В письменной.</p> <p>Б. В обсуждении тематики и перспективных планов редакции.</p> <p>В. В редакционных летучках.</p>
30. Какой из видов журналистской деятельности преобладает в работе редакции районной газеты?	<p>А. Литературная деятельность.</p> <p>Б. Организационная деятельность.</p> <p>В. Коммерческая деятельность.</p>
31. Кто входит в состав редколлегии центральной газеты?	<p>А. Сотрудники редактората.</p> <p>Б. Сотрудники редактората, секретариата и ведущих отделов.</p> <p>В. Сотрудники редактората, секретариата, отделов и ведущие собкоры.</p>
32. Каковы основные функции отдела редакции?	<p>А. Отражение актуальных для аудитории проблем.</p> <p>Б. Контроль за выпуском номера.</p> <p>В. Работа с читательской почтой.</p>
33. . В какой сфере деятельности складывается взаимодействие отдела и секретариата?	<p>А. В сфере планирования работы и выпуска номера.</p> <p>Б. В сфере общения с авторским активом.</p> <p>В. В сфере изучения читательской аудитории.</p>
34. Какой из данных стилей руководства наиболее полно отвечает творческой работе журналиста?	<p>А. Авторитарный.</p> <p>Б. Демократический.</p> <p>В. Пассивный.</p>
35. В чем состоит нормирования труда в редакции газеты?	<p>А. В количестве подготовленных материалов.</p> <p>Б. В количестве отработанных дней.</p> <p>В. В количестве опубликованных строк.</p>
36. Что предпочтительнее для профессионального образования журналиста?	<p>А. Универсальность знаний.</p> <p>Б. Конкретная специализация.</p> <p>В. Фундаментальные знания.</p>
37. Какое структурное подразделение редакции руководит работой собкоров за рубежом?	<p>А. Секретариат.</p> <p>Б. Отдел корреспондентской сети.</p> <p>В. Международный отдел.</p>

38. Почему редакция создает целую систему планов, а не пользуется каким-либо одним?	<p>А. Для подстраховки.</p> <p>Б. Чтобы ничего не упустить из виду.</p> <p>В. Для четкой организации процесса сбора и распространения информации.</p>
39. К какому виду журналистской деятельности можно отнести планирование работы редакции?	<p>А. Литературная.</p> <p>Б. Редакторская.</p> <p>В. Организационная.</p>
40. В редакциях газет какого типа практикуется социологический анализ читательской почты?	<p>А. Общеполитические.</p> <p>Б. Информационно-коммерческие.</p> <p>В. Многотиражные.</p>
41. Какие формы массовой работы редакции носят внелитературный характер?	<p>А. Деловые клубы.</p> <p>Б. Лотереи.</p> <p>В. Горячие линии.</p>
42. Как читательская информация влияет на содержание газеты?	<p>А. Повышает действенность публикаций.</p> <p>Б. Расширяет тематику газеты.</p> <p>В. Повышает мастерство журналистов.</p>

## 2 вариант

1. Информационно-коммерческая пресса появилась	<p>А. В годы перестройки.</p> <p>Б. До революции 1917 г.</p> <p>В. В годы советской власти.</p>
2. В информационно-коммерческую прессу не входят	<p>А. Информационно-развлекательные издания.</p> <p>Б. Рекламно-справочные издания.</p> <p>В. Рекруитерская пресса.</p>
3. Газета "Из рук в руки" относится к	<p>А. Политической прессе.</p> <p>Б. Деловой прессе.</p> <p>В. Информационно-коммерческой прессе.</p>
4. Отраслевая пресса освещает	<p>А. Проблемы бизнеса.</p> <p>Б. Проблемы конкретной отрасли.</p> <p>В. Проблемы политической жизни.</p>

5. К какому виду журналистской деятельности следует отнести владение газетными жанрами?	<p>А. Литературная.</p> <p>Б. Редакторская.</p> <p>В. Организационная.</p>
6. Что общего между производственной стороной труда журналиста и работника промышленного предприятия?	<p>А. Конкретные сроки и объем выполнения работы.</p> <p>Б. Конвейерное производство деталей и новостей.</p> <p>В. Автоматизм выполнения производственных операций.</p>
7. Как соотносится индивидуальный творческий план журналиста с планом отдела и редакции в целом?	<p>А. Индивидуальный план журналиста существует автономно от планов отдела и редакции.</p> <p>Б. Он входит составной частью в план отдела.</p> <p>В. Он является связующим звеном между планами отдела и редакции.</p>
8. Какие различия в звене исполнения содержатся в структуре центральной и районной газеты?	<p>А. Разное количество отделов и технических служб.</p> <p>Б. Разное количество собственных корреспондентов.</p> <p>В. В районной газете меньше заместителей редактора.</p>
9. Каково разделение труда в управляющих связях между редактором и секретариатом?	<p>А. Редакторат отвечает за выпуск номера, а секретариат – за работу собкоргов.</p> <p>Б. Редакторат осуществляет общее руководство, секретариат – оперативное.</p> <p>В. Секретариат подыскивает кадры сотрудников, а редакторат их утверждает.</p>
10. В каком типе газеты возможно функционирование редакции без отделов?:	<p>А. Региональная.</p> <p>Б. Районная.</p> <p>В. Многотиражная.</p>
11. Каким путем идет планирование работы редакции?	<p>А. Сверху вниз.</p> <p>Б. Снизу-вверх и сверху вниз.</p> <p>В. Справа налево.</p>
12. Какой из видов стимулирования несет в себе и моральный, и материальный стимулы?	<p>А. Творческая командировка.</p> <p>Б. Персональная рубрика в газете.</p> <p>В. Издание лучших публикаций отдельной книгой.</p>
13. В чем состоит роль редколлегии при планировании работы	<p>А. Разработка планов.</p> <p>Б. Контролирование планов.</p>



коллектива?	В. Утверждение планов.
14. К какому из видов планирования относится индивидуальный творческий план журналиста?	А. Оперативное. Б. Перспективное. В. Долгосрочное.
15. Кто из редакционного актива играет наибольшую роль в работе районной и многотиражной печати?	А. Авторы. Б. Информаторы. В. Консультанты.
16. С какой целью редакция стимулирует обратную связь?	А. Чтобы узнать мнение аудитории о газете. Б. Для притока новой информации. В. Для расширения числа подписчиков.
17. Что общего в работе журналиста и писателя?	А. Производственно-творческий характер труда. Б. Оперативность и непрерывность труда. В. Использование личных наблюдений.
18. Какие изменения в структуру редакции вносят экономические особенности региона?	А. Расширяется секретариат. Б. Создаются соответствующие отделы. В. Организуются новые технические службы.
19. Кто непосредственно управляет техническими службами редакции?	А. Редакторат. Б. Редколлегия. В. Секретариат.
20. Как влияет сближение организационной и социально-психологической подструктур на работу редакции?	А. Отрицательно. Б. Расширяется штат редакции. В. Улучшается социально-психологический климат редакционного коллектива.
21. Почему связь редакции с аудиторией является управляющей в прямом и обратном направлении?	А. Редакция идет на поводу у читателей. Б. Редакция и аудитория в информационном процессе одновременно влияют друг на друга. В. Аудитория в этом процессе выступает главным субъектом управления.
22. Выделите объекты управленческих связей отдела	А. Секретариат. Б. Авторский актив. В. Другие отделы

23. Какой вид журналистской деятельности преобладает в работе сотрудники секретариата?	<p>А. Литературная.</p> <p>Б. Редакторская</p> <p>В. Оформительская.</p>
24. С какой целью редакция ведет массовую работу?	<p>А. Чтобы узнать мнение аудитории о газете.</p> <p>Б. Для притока новой информации.</p> <p>В. Для расширения числа подписчиков.</p>
25. Каким образом журналисты, имеющие филологическое образование, добиваются квалифицированного освещения экономических, производственных проблем?	<p>А. С помощью самообразования.</p> <p>Б. С помощью компетентных авторов.</p> <p>В. С помощью материалов информационных агентств.</p>
26. Кто выполняет роль посредника в связях отделов с собкорами?	<p>А. Редакторат.</p> <p>Б. Секретариат.</p> <p>В. Отдел корреспондентской сети..</p>
27. Кто осуществляет стимулирование работы журналистов?	<p>А. Редакторат.</p> <p>Б. Секретариат</p> <p>В. Руководитель отдела.</p>
28. Кто создает план номера газеты?	<p>А. Отделы.</p> <p>Б. Секретариат.</p> <p>В. Редакторат.</p>
29. Кто осуществляет контроль за прохождением писем в редакции и вне ее?	<p>А. Секретариат.</p> <p>Б. Отдел писем.</p> <p>В. Отдел информации.</p>
30. Какие формы массовой работы используют отраслевые отделы?	<p>А. Деловые клубы.</p> <p>Б. Дни открытого письма.</p> <p>В. Конкурсы.</p>

## **Критерии оценки итоговой тестовой работы (зачета с оценкой / экзамена)**

Зачет с оценкой / экзамен является заключительным этапом процесса формирования компетенций студента при изучении дисциплины или её части и имеет целью проверку и оценку знаний студентов по теории и применению полученных знаний, умений и навыков.

Зачет с оценкой / экзамен проводится по расписанию, в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса. Расписание промежуточного контроля доводится до сведения студентов не менее чем за две недели до начала экзаменационной сессии.

Студент получает 20 вопросов из базы данных (или в письменной форме). При тестировании в ТУИС набор вопросов формируется случайным образом.

Максимальная оценка за промежуточную тестовую работу (зачет с оценкой / экзамен) – 20 баллов.

Результат зачета с оценкой / экзамена выражается количеством правильно отвеченных вопросов и оценивается количеством баллов, набранных студентом.

### **Критерии оценки:**

Каждый вопрос содержит один верный ответ.

Верные ответы оцениваются в 1 балл.

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 20 баллов.

Максимальная оценка за текущий тест – 30 баллов. Студент получает 30 вопросов из базы данных (или в письменной форме).

### **Критерии оценки:**

Каждый вопрос содержит один верный ответ.

Верные ответы оцениваются в 1 балл.

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 30 баллов.

### **Компетенции:**

Тестовые задания направлены на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

## **2. Список примерных тем для подготовки рефератов по дисциплине «Теория и практика массовой информации»**

1. Понятие, сущность информации и связанных с ней категорий (информатика, информатизация, информирование, массовая информация, информационное общество, информатиология).
2. Общество и информация.
3. Информационные процессы в обществах с различным экономическим укладом и политическим строем.
4. Коммуникация и информация: тождество и различие.
5. Коммуникация как социальная реализация информации и важнейшая проблема гуманистического развития общества.
6. Проблема объективности в передаче фактов и сообщений, и субъективности их творческого освещения.
7. Проблема общественного мнения и нравственной индивидуальной позиции коммуникатора.
8. Политическая целесообразность и интересы человеческого сообщества.
9. Коммерческая выгода и интересы человека, его экологическая и информационная безопасность.
10. Медиаобразование как защита от вредной информации.
11. Социальная информация.
12. Виды несоциальной информации (физической, биологической, геологической и др., связанной с процессами в живой и неживой природе).
13. Роль и место социальной информации в жизни общества.
14. Классы и виды социальной информации.
15. Разделение социальной информации на индивидуальную, специальную и массовую.
16. Основные требования к социальной информации.
17. Виды работы с информацией: создание (производство), перевод в другую знаковую систему, размножение, передача (распространение), потребление, использование (манипулирование текстом с целью создания новой информации), хранение (для многократного использования), разрушение информации (физическое или моральное (дезавуирование) уничтожение текста).
18. Информационная деятельность как специализированная (организованная, профессиональная) и неспециализированная (стихийная), производимая населением.
19. Информация как любое сообщение (текст), содержащее какое-либо сведение (новое знание), относительно того или иного объекта (предмета сообщения).
20. Информационные барьеры и их преодоление.

### **Компетенции:**

Реферат направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

## Критерии оценки

Реферат оценивается от 0 до 30 баллов:

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Реферат выполнен в срок	0	-	3
Реферат логично выстроен, четко структурирован, объем соответствует требуемому	0	-	3
Реферат оформлен в соответствии с требованиями	0	-	3
Студентом корректно оформлены заимствования	0	-	3
В реферате указана актуальная информация	0	1,5	3
Студентом представлены объективные проверенные научные источники информации	0	1,5	3
Студентом представлены относительно глубокие суждения и выводы	0	1	2
Реферат отражает основные идеи, сформулированные в источниках	0	1	2
Студент сопоставляет данные нескольких источников, выявляет связи между ними, проводит сравнение, обобщение, классификацию	0	1	2
Студент представляет информацию кратко и информативно	0	1	2
Студент использует собственные формулировки для представления информации	0	1	2
Формулировки студента не искажают смыслы, изложенные в источниках	0	1	2

### **3. Критерии оценки конспектов лекций по дисциплине «Теория и практика массовой информации»**

Максимальное количество баллов в 5 семестре – 20.

Темы 1, 2, 3, 4 (1 раздела) и 1, 2, (2 раздела) оцениваются в 2 балла, за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	0,5 балла
	Адекватность фиксации материала	0,5 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	1 балл

Темы 3, 4 (2 раздела) оцениваются в 4 балла за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	1 балл
	Адекватность фиксации материала	1 балл
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	2 балла

Максимальное количество баллов в 6 семестре – 20.

Темы оцениваются в 10 баллов за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	2,5 балла
	Адекватность фиксации материала	2,5 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	5 баллов

#### **Компетенции:**

Конспект лекций направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

доктор истор. наук, профессор

Грабельников А.А.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.