

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА русского языка, литературы и журналистики

«Утверждаю»

Нарн
Зав. кафедрой

«31» 08 2018 г

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ СТУДИИ»

42.03.02 «Журналистика»

шифр и наименование направления подготовки

«Социально - гуманитарная журналистика»

наименование профиля подготовки

Москва 2018

Составитель / составители: Вакку Г.В.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики протокол № _____ от «_____»
_____ 20____ г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики,
протокол № _____ от «_____» 20____ г.

Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № _____ от «_____» 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № _____ от «_____» 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № _____ от «_____» 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств.....	4
2. Перечень компетенций	5
3. Примерный перечень оценочных средств.....	6
4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....	
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....	9

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Профессиональные творческие студии»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины ¹	Коды компетенци й	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	«Средства массовой информации. Основные понятия»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, реферат, круглый стол	Контрольные срезы
2.	«Регистрация СМИ»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, круглый стол	Контрольные срезы
3.	«Структура современной редакции»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, информационные сообщения	Контрольные срезы
4.	«Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, Коллоквиум	Контрольные срезы
5.	«Моделирование в газетно-журнальном деле»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, Коллоквиум	Контрольные срезы
6.	«Содержательная модель издания»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20,	Коллоквиум	Контрольные срезы

		ПК-3, ПК-7.		
7.	«Планирование номера»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Коллоквиум	Контрольные срезы
8.	«Редакционный процесс выпуска номера»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Коллоквиум	Контрольные срезы
9.	«Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, индивидуальные сообщения, тесты	Контрольные срезы
10.	«Работа с читательской аудиторией»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
11.	«Специальный номер издания»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
12.	«Выпуск приложений печатного издания»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы

13.	«Формы организации медиабизнеса в России»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
14.	«Бизнес-модель издания»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
15.	«Коммерческая часть редакции»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
16.	«Бюджет редакции»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
17.	«Формы организации медиабизнеса в России»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
18.	«Способы получения прибыли изданием»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы

19.	«Новейшие формы распространения периодических изданий»	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос	Контрольные срезы

¹Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины, модуля.

2. Перечень компетенций

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

Знать:

- базовые основы современного информационного общества,
- основную специфику радиожурналистики,
- базовые сведения о профессии радиожурналиста, о тех профессиональных качествах, которые она требует от него,
- организации систем радиовещания в мире,
- узловые события в истории развития радиожурналистики в России и мире,
- основные технические устройства и компьютерные программы, применяемые при производстве радиоматериалов

Уметь:

- писать новостные и репортажные тексты по заданиям с учетом специфики радио,
- записывать радиоинтервью на цифровую аудиотехнику,
- монтировать на компьютере звуковые материалы в соответствии с заданиями,
- работать у микрофона в студийном радиоэфире.

Владеть:

- навыками написания следующих видов текстов для радиоэфира: репортаж, отчет, новость, зарисовка,
- навыками подготовки радиоинтервью,
- знаниями об основных событиях в истории развития радиожурналистики и ее технической базы,
- базовой понятийной профессиональной лексикой

владеть компетенциями:

Коды компетенции	Наименование результата обучения
ОПК-15	способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ,

	современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика)
ОПК-19	способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (верbalной, аудио-, видео-, графика, анимация)
ОПК-20	способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ
ПК- 3	способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов
ПК- 7	способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радиопрограммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями

3. Примерный перечень оценочных средств

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС	Методы оценки результатов
1	Фронтальный опрос	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения фронтального опроса	экспертный
2	Реферат	Средство, позволяющее	Тематика	экспертны

		оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	рефератов	й
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий, в том числе для проведения промежуточного контроля оценки знаний	экспертный
4	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины	экспертный

4. Критерии оценки презентации доклада, сообщения, выполненных в форме презентации по реферату

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений

Оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
---------------	---------------------	-------------------	--------	---------

5. Перечень дискуссионных тем для коллоквиума

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопросы
1.	«Средства массовой информации. Основные понятия»	Изучить понятия: средства массовой информации, периодическое издание (газета, журнал, газета, журнал, альманах, бюллетень и др.), радио-, телевизионная, кинохроникальная программа, сетевое издание, информационное агентство; телеканал, радиоканал; продукция СМИ и ее распространение; редакция СМИ, главный редактор, журналист, учредитель, издатель, соучредитель, распространитель.
2.	«Регистрация СМИ»	Понятие об учредителе его правах и обязанностях. Понятие об издателе, его правах и обязанностях.
3.	«Структура современной редакции»	Изучить специфику и устройство редакции современного печатного СМИ: деление на основные структурные части редакции (творческая, техническая, коммерческая).
4.	«Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»	Изучить принцип разделения труда в творческой части редакционного коллектива (управленческое и исполнительное звенья). Изучить принципы разделения труда в технической части редакции (корректоры, верстальщики, группа выпуска).
5.	«Моделирование в газетно-журнальном деле»	Понятие о моделировании в газетно-журнальном деле. Истоки, история, успешный опыт. Моделирование на современном этапе. Концепция комплексной

		модели издания и ее компонентов.
6.	«Содержательная модель издания»	Работа с фокус-группами. Формирование отличительных черт издания (особенность). Конкурентное преимущество. Структура издания. Жанрово-тематическое своеобразие. Специфика авторского состава в зависимости от типа. Языковые особенности. Связь содержания с оформлением. Создание студентами концепции собственной газеты или журнала
7.	«Планирование номера»	Разобрать типы и виды редакционных планов, проведение редакционной планерки. Изучить принципы составления сетевого графика печатного СМИ.
8.	«Редакционный процесс выпуска номера»	Работа художников-дизайнеров и дизайнеров-верстальщиков над макетом, иллюстративным и декоративным оформлением. Разработка сетки издания. Работа ответственного секретаря и главного редактора над материалами номера (редактура и контроль). Работа корректоров (первая корректура).
9.	«Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»	Анализ проделанной работы. Достоинства и недостатки. Анализ ошибок.
10.	«Работа с читательской аудиторией»	Обратная связь с читателями как форма анализа собственной работы и повышение конкурентоспособности печатного продукта. Формы работы с читателями. Письма читателей. Работа с ними
11.	«Специальный номер издания»	Понятие о спецвыпуске издания. Формы и виды спецвыпусков. Отличительные особенности спецвыпусков изданий.

12.	«Выпуск приложений печатного издания»	Анализ приложений газет и журналов (федеральных и региональных). Финансовые выгоды и издержки издания приложений. Разработка идеи приложений для собственного издания
13.	«Формы организации медиабизнеса в России»	Журналистика как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Предпосылки основания периодического издания на информационном рынке
14.	«Бизнес-модель издания»	Связь типа издания с бизнес-моделью. Влияние содержательной, графической и экономической моделей издания друг на друга. Понятие о бизнес-плане и его компонентах. Разбор бизнес-моделей существующих на рынке изданий
15.	«Коммерческая часть редакции»	Основные отделы коммерческой части редакции. Их функциональное назначение. Обязанности сотрудников. Бухгалтерия. Отдел рекламы. Отдел маркетинга и PR-коммуникаций. Отдел распространения.
16.	«Бюджет редакции»	Разобраться в ценовой политике редакции и редакционной прибыли. Рассмотреть как содержательная и графическая модели издания коррелируют с его экономической моделью (рекламоцентричная и продажецентричная модели медиабизнеса)
17.	«Формы организации медиабизнеса в России»	Журналистика как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка.

		Предпосылки основания периодического издания. Проблемы собственности в медиабизнесе.
18.	«Способы получения прибыли изданием»	Поиск рекламодателей. Изучить принципы составления информационной рассылки коммерческих предложений, составления медиа-кита издания, выработки технических требований для рекламодателей. Разработка коммерческих предложений студентами, создание студентами медиа-кита собственного печатного СМИ (газета, журнал)
19.	«Новейшие формы распространения периодических изданий»	Электронная подписка на издания. Успешный опыт реализации данной концепции подписки федеральными и региональными СМИ.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- 3 балла выставляется студенту, если он при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

6. Примерный перечень вопросов для фронтального опроса

№№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопросы
1	«Средства массовой информации.	Понятие об учредителе его правах и

	«Основные понятия»	обязанностях. Понятие об издателе, его правах и обязанностях. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста
2	«Регистрация СМИ»	Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста
3	«Структура современной редакции»	Изучить специфику и устройство редакции современного печатного СМИ: обязанности каждого структурного подразделения, алгоритмы функционирования каждого структурного подразделения редакции
4	«Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»	Разобраться в функциональных обязанностях и должностных инструкциях сотрудников творческой и технической части редакционного коллектива современного печатного СМИ. Разделение студентов на творческие группы в соответствии с принципами функционального разделения труда в редакции современного печатного СМИ
5	«Моделирование в газетно-журнальном деле»	Подходы исследователей к комплексному моделированию: Тулупов, Табашников и др. Связь типа и модели издания. Концепция типологических признаков А.И. Акопова. Разбор печатных изданий на основе типологических признаков
6	«Содержательная модель издания»	Разобрать принцип создания содержательной модели (концепции) печатного СМИ. Закрепить основной алгоритм выработки концепции. Проработка основных компонентов содержательной модели: цели и задачи, аудитория, миссия издания, т.е. формирование типа

		издания. Аудитория как ключевой фактор. Способы изучения аудитории.
7	«Планирование номера»	Рассмотреть особенности составления «темника» и «портфеля редакции», специфику планирования специального выпуска и тематического номера печатного СМИ (газеты, журнала). Составление студентами «темника» и перспективного плана номера собственного печатного издания (газеты или журнала). Проведение учебной планерки
8	«Редакционный процесс выпуска номера»	Разработка плана номера. Работа авторов над материалами согласно концепции. Верификация фактов. Составление макета номера. Работа фотографов над редакционными заданиями, работа над фотоматериалами.
9	«Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»	Оценка конкурентного преимущества издания. Анализ вышедшего номера на планерке – обзор номера
10	«Работа с читательской аудиторией»	Способы организации обратной связи с читателями. Традиционные способы, новейшие способы.
11	«Специальный номер издания»	Способы реализации спецвыпусков. анализ имеющихся образцов специальных номеров газет и журналов. Разработка концепции спецвыпуска своего издания
12	«Выпуск приложений печатного издания»	Приложения к газетам и журналам. Разновидности, причины их издания. Конкурентные преимущества.
13	«Формы организации медиабизнеса в России»	Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на информационном рынке России. Процесс концентрации средств массовой информации. Российский капитал на информационном рынке.

		Иностранный капитал
14	«Бизнес-модель издания»	Бизнес-модель издания как элемент комплексной модели. Ее составляющие и компоненты. Принципы разработки бизнес-модели издания. Модели ведения медиабизнеса: рекламоцентрическая и продажецентрическая модель. Их особенности и специфика.
15	«Коммерческая часть редакции»	Структура коммерческой части федеральных и региональных печатных СМИ – схожесть и различия. Специфика функционирования каждого из отделов коммерческой части редакции
16	«Бюджет редакции»	Понятие бюджета. Рассмотреть из чего складывается бюджет редакции, бюджет и баланс, расходная часть бюджета (основные статьи). Доходная часть бюджета: выручка от реализации тиража, реклама, издательская и коммерческая деятельность.
17	«Формы организации медиабизнеса в России»	Финансовый капитал на информационном рынке России. Процесс концентрации средств массовой информации. Российский капитал на информационном рынке. Иностранный капитал на информационном рынке
18	«Способы получения прибыли изданием»	Доходная часть бюджета: выручка от реализации тиража, реклама, издательская и коммерческая деятельность. Разобраться в ценовой политике редакции и редакционной прибыли. Реклама как способ получения прибыли. Рекламная политика редакции. Публикация частных объявлений.
19	«Новейшие формы распространения периодических изданий»	Инструменты стимулирования электронной подписки. Варианты ее реализации. Перспективы и проблемы

Критерии оценки (в баллах):

- 2 (неудовлетворительно) выставляется студенту, если нет ответов на вопросы. Больше 4 ошибок в представляемой информации. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.
- 3 (удовлетворительно) выставляется студенту, если ответы только на элементарные вопросы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. 3-4 ошибки в представляемой информации.
- 4 (хорошо) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные и/или частично полные. Не более 2 ошибок в представляемой информации. Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.
- 5 (отлично) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений. Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы. Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

7. Примерный перечень тем для докладов, рефератов

1. Бюджет печатного периодического издания.
2. Доходная часть бюджета, ее компоненты.
3. Ценовая политика редакции.
4. Коммерческая деятельность редакции.
5. Способы организации распространения печатного издания. Современные тенденции.
6. Концепция «Дистрибуция 360».
7. Редакционно-издательский менеджмент.
8. Распространение периодического издания: стратегия и тактика.
9. Бизнес-план редакции.
10. Современные тенденции в оформлении и дизайне периодического печатного издания, которые необходимо учитывать при запуске нового проекта. Психологические особенности восприятия информации современной аудиторией.
11. Редакционно-издательский маркетинг.
12. Планирование и методы редакционно-издательского маркетинга.
13. Маркетинговые ходы продвижения издания на рынке. Современные тенденции.

14. Маркетинговые кампании по продвижению СМИ.
15. Методика сбора информации: особенности работы с самым распространенным источником информации – представителями органов власти (алгоритм оформления официального запроса).
16. Контент как ключевой фактор успешного проекта печатного СМИ: ориентация на аналитические жанры. Качество информации: принципы и правила проверки достоверности информации. Источники информации и работа с ними.
17. Основные функции, которые должно выполнять печатное издание как СМИ (помимо собственно информационной). Как это соотносится с концепцией издания, его целями и задачами, аудиторией.
18. Печатное СМИ – как коммерчески успешный проект и как связующее звено между гражданами и правительственные органами и др. социальными институтами: понятие о репутации издания (на конкретных примерах ныне существующих российских печатных периодических изданий).
19. Читательская аудитория как один из факторов, определяющих успешность печатного издания. Организация обратной связи: традиционные и современные способы.
20. Электронная версия печатного СМИ. Способы реализации и существующие варианты. Современные концепции реализации электронной версии печатного СМИ (на конкретных примерах ныне существующих российских СМИ).

8. Контрольная работа.

Не предусмотрена.

9. Вопросы к зачету (6 семестр)

1. Структура редакции, на какие основные части традиционно принято подразделять редакцию и почему?
2. Творческая часть редакции: основные цели, задачи и функции и алгоритм работы всех ее звеньев.
3. Структурный состав технической службы редакции, их обязанности каждого отдела и структурного подразделения. Какие обязательные компоненты должны быть в наличии технической части редакции?
4. Коммерческая часть редакции: отделы и их предназначение. Основные функциональные обязанности данной части редакции.
5. Редакция как творческий, производственный и трудовой коллектив. В чем состоит специфика такого коллектива (по каждому из определяющих

коллектив особенностей). Юридическое регулирование взаимоотношений внутри редакции, редакции и собственника СМИ: устав, трудовой договор.

6. Алгоритм подготовки одного номера издания (от задумки до реализации) – все этапы процесса.

7. Основные законодательные акты, регулирующие и определяющие функционирование редакции и работу журналистов (законы и ключевые статьи, которые должен знать журналист и редактор).

8. Алгоритм открытия нового печатного СМИ: процесс регистрации и т.д.

9. Права и обязанности журналиста.

10. Регулирование отношений между учредителем, издателем и редакционным коллективом.

11. Комплексная модель издания и ее компоненты.

12. Современные подходы к комплексному моделированию.

13. Содержательная модель издания и ее составляющие.

14. Что такое концепция издания? Как и кем она формируется и что определяет? Какие факторы необходимо учитывать при формировании концепции будущего издания?

15. Понятие о типологических признаках издания как трамплине для запуска нового печатного проекта или трансформации уже существующего.

16. Понятие о графической модели издания.

17. Компоненты композиционно-графической модели по Деордиеву, Галкину, Табашникову.

18. Техпаспорт издания. Его элементы и функциональное предназначение.

19. Компоненты полной композиционно-графической модели.

20. Сетевой график выхода.

21. Планирование номера издания. Виды и типы планов, традиционно применяемых в редакции (с учетом специфики как издания, так и редакции).

22. Формирование портфеля редакции, темника (от журналистского до редакторского).

23. Понятие о спецвыпуске и тематическом номере издания: сущность, предназначение, варианты реализации. Подходы к воплощению.

24. Приложения издания. Типы, цели, прибыль.

25. Алгоритм работы с заказчиками-рекламодателями: варианты работы (разработка макета и публикация макетов заказчика), технические требования редакции, дедлайны, договоры как средство обезопасить себя.

26. Медиакит издания: что это такое? Зачем он необходим? Основные правила его составления.

27. Информационный рынок и его компоненты.

28. Предпосылки основания периодического издания.

29. Понятие медиабизнеса. Типы медиабизнеса в России и мире.
 30. Финансовая база издания.

Критерии оценки

Оценочная схема зачетного ответа

При выставлении оценки «зачтено» учитываются результаты выполнения заданий, рефератов, активность студентов на занятиях. На зачете студент должен продемонстрировать знания теоретического характера, умение ответить на поставленные вопросы, методику работы с научным материалом по данной учебной дисциплине, работу с книгой, справочной литературой, способность работать с другими источниками информации и применять на практике приемы анализа информации, высокий уровень владения языковой, речевой и социокультурной компетенциями.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов.

Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в умеренном темпе.

Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении дополнительных самостоятельных заданий, систематическая активная работа на практических занятиях.

Оценка «не засчитано» выставляется студенту, который не справился с 50% вопросов и заданий, в ответах на вопросы допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

	Не засчитано	Засчитано
теоретические знания	0-1	2-4
умение применять знания в обсуждении конкретных ситуаций, приводить примеры	0-1	2-4
умение решать проблемные ситуации	0-1	2-4

0-1 - ответы студента не соответствуют требованиям к оценке "засчитано";

2-4 - ответы студента соответствуют требованиям к оценке "засчитано";

