

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.06.2024 07:21:39
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1c62674b54f4998099d3d6bfdf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине:

Зарубежные медиасистемы, 3 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

Типовые задания для контрольной работы

1. Контрольная работа выполняется в форме презентационного проекта, в котором отражаются характеристики проблемы с обоснованием ее актуальности и доказательством использования для ее решения задач медийного проектирования.

В работе должны быть отражены специфические и общие тенденции и перспективы развития конкретной зарубежной медиасистемы, описывается пространство медиасистемы, масштаб, формы воздействия на аудиторию, виды технологий и демонстрационный формат конкретной медиасистемы, ее роль в общемировой медийной системе.

Проблематика для каждого студента является индивидуальной и согласуется с преподавателем.

Примерные темы контрольных работ

1. Организационная форма как первичный типобразующий признак современных национальных и глобальных зарубежных СМИ.
2. Глобализация, конвергенция, универсализация, коммерциализация, концентрация как эволюционные механизмы современных СМИ.
3. Интерактивность и дигитализация как техническая основа информационных медиа.
4. Саморегулирование в современных зарубежных СМИ. Концепция дерегулирования СМИ США: плюсы и минусы концепции в современных условиях глобальной медиаэкономики.
5. Общие закономерности развития теле и радио – технологий и СМИ зарубежных стран в 21 веке.
6. Рекламная деятельность и ПР в системе современных зарубежных СМИ.
7. Эволюция традиционных СМИ под влиянием цифровых технологий.
8. Важнейшие международно-правовые документы, касающиеся СМИ. Вопросы деятельности СМИ в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свободах и законодательстве Европейского экономического сообщества.
9. Формирование системы глобального телевизионного вещания.
10. Специфика интернет аудитории и новые технологии оценки активности пользователя.

11. Тайм-Уорнер, Вайком, Уолт Дисней/Кэпитал Ситис: структура собственности медиаконцернов и география информационного влияния.
12. Группа Ньюз Корпорейшн, Бертельсман, Дженерал Электрик – крупнейшие медиа- корпорации: структура собственности и география информационного влияния.
13. Международные организации и проблема законодательного регулирования деятельности СМИ.
14. Агрегаторы новостей и принципы работы поисковых систем как инструмент формирования повестки дня. Основания и методы «проективного поиска» информации в современной инфосфере.
15. Мобильные технологии в системе производства распространения и потребления массовой информации.
16. Медиа - корпорации и антимонопольное законодательство Европы и США в сфере СМИ.
17. Интернет версия издания и интернет СМИ как новые формы массовой коммуникации: организационная и коммуникативная специфика.
18. Медиаиздания, блоги и социальные сети как новые формы массовой коммуникации
19. Усиление значения СМИ стран – изгоев и стран третьего мира. СМИ Арабского востока. Египетские телеканалы ESC –1 и ESC –2; Arabsat – служба арабского вещания.
20. Европейское влияние и развитие СМИ на Африканском континенте. «Afrovision» как инструмент ведения независимой информационной политики.
21. Тайм-Уорнер, Вайком, Уолт Дисней/Кэпитал Ситис: структура собственности медиаконцернов и география информационного влияния.
22. Группа Ньюз Корпорейшн, Бертельсман, Дженерал Электрик – крупнейшие медиа- корпорации: структура собственности и география информационного влияния.
23. Международные организации и проблема законодательного регулирования деятельности СМИ.
24. Агрегаторы новостей и принципы работы поисковых систем как инструмент формирования повестки дня. Основания и методы «проективного поиска» информации в современной инфосфере.
25. Мобильные технологии в системе производства распространения и потребления массовой информации.
26. Медиа - корпорации и антимонопольное законодательство Европы и США в сфере СМИ.
27. Интернет версия издания и интернет СМИ как новые формы массовой коммуникации: организационная и коммуникативная специфика.
28. Медиаиздания, блоги и социальные сети как новые формы массовой коммуникации.
29. Усиление значения СМИ стран – изгоев и стран третьего мира. СМИ Арабского востока. Египетские телеканалы ESC –1 и ESC –2; Arabsat – служба арабского вещания.
30. Европейское влияние и развитие СМИ на Африканском континенте.

Вопросы к экзамену

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - совокупность политических и экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; - механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; - факторы, определяющие развитие медиасистем (политические, правовые, экономические социокультурные и др.); - основы функционирования медиасистем; - зарубежных национальных моделей медиасистем. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Демократические принципы журналистики. 2. СМИ в геополитике. 3. Свобода слова и социальная ответственность. 4. Независимые СМИ и проблемы финансирования. 5. Направления практической журналистики. 6. Тенденции развития журналистики разных стран. 7. Формы и методы журналистики в современном мире. 8. СМИ как третья власть. 9. Медиакратия: основные понятия и теории. 10. Теория фрейминга. 11. Теория аудитории. 12. Современные сферы новых медиа. 13. Политические функции современных медийных СМИ. 14. Современные системы СМИ. 15. Эволюция СМИ. 16. Принципы организации и взаимодействия СМИ. 17. Глобализация: сущность и определение. 18. Демонстрационный эффект в системе глобализации. 19. Элементы глобализации в различных элементах современного социума. 20. Глобализация в Европе. 21. Проблемы европейской интеграции. 22. Необходимость и проблемы создания глобальных СМИ. 23. Глобализация и деглобализация СМИ. 24. Окинавская хартия глобального информационного общества. 25. Международное право в регулировании информационного обмена. 26. Международное информационное право. 27. Европейский суд по правам человека. 28. Международная борьба с терроризмом и экстремизмом в системе международных СМИ. 29. Взаимодействие международных организаций. 30. Международные организации журналистов. 31. Политическая и экономическая элита. 32. Работа СМИ с элитами. 33. СМИ как средство информационной войны. 34. Медиатизация политики. 35. Селебритизация политики. 36. Деловые издания. 37. Массовая культура. 38. Роль СМИ в распространении массовой культуры.

	<p>39. Массовая культура в системе общемировой глобализации.</p> <p>40. Компьютерная культура как элемент массовой культуры.</p> <p>41. Межличностная коммуникация и журналистика.</p> <p>42. Особенности новых медийных технологий.</p> <p>43. Конвергенция, дигитализация, интерактивность, принадлежность к сетевому пространству.</p> <p>44. Зарубежные электронные СМИ.</p> <p>45. Мультимедийные редакции.</p> <p>46. Новые медиа и IT-технологии.</p> <p>47. Демассификация СМИ.</p> <p>48. Индивидуализация СМИ</p>
--	---

Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет»

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем и их структуры; - осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikationной системы; - анализировать эффективность различных видов стратегий медиасистемы. 	<p>Проведение анализа эффективности различных видов стратегий зарубежной медиасистемы (медиасистема на выбор студента).</p>