

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Управление информацией и конструирование спортивных новостей М2.ДВ.3

Направление подготовки: 031300.68 - Журналистика

Профиль подготовки: Спортивная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Лаптев В.В.

**Рецензент(ы):**

Юсупов Ш.Р.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2014

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Лаптев В.В. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук, Valentin.Laptev@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются освоение студентами теоретических и практических основ создания и управления информацией, принципам формирования новостей в СМИ и процессов подготовки новостных событий. Изучение данного курса способствует повышению профессиональной компетентности журналиста и PR-менеджера в сфере управления средствами массовой информации, производства новостей и информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.3 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел М2.ДВ3 и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе (1 семестр).

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-10 (общекультурные компетенции)	способность к адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей, способность к активной профессиональной мобильности
ОК-14 (общекультурные компетенции)	способность демонстрировать навыки работы в творческом и научном коллективе
ОК-24 (общекультурные компетенции)	способность оформлять и представлять результаты выполненной работы
ОК-6. (общекультурные компетенции)	готовность к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, уважение к людям, способность руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности
ОК-7. (общекультурные компетенции)	способность использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ, в управлении коллективом
ОК-8. (общекультурные компетенции)	способность принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации, готовность к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции
ОК-9. (общекультурные компетенции)	способность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности
ПК-11 (профессиональные компетенции)	знания в области учебно-педагогического процесса (преподавания журналистских дисциплин)

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-16 (профессиональные компетенции)	способность работать в исследовательском коллективе, сотрудничать со специалистами других областей знаний в ходе решения научно-исследовательских и прикладных задач
ПК-17 (профессиональные компетенции)	умение подготовить исследовательский отчет или научную статью с привлечением современных средств печати и редактирования
ПК-3. (профессиональные компетенции)	понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, этапов, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности определенного вида
ПК-5. (профессиональные компетенции)	умение выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике СМИ, на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с решением задач повышенной сложности, и должностные обязанности в соответствии с профильной направленностью ООП магистратуры
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способность к анализу и оценке эффективности своей работы, ее сильных и слабых сторон (развитая профессиональная рефлексия), к профессиональному совершенствованию на основе отечественного и зарубежного опыта
ПК-9 (профессиональные компетенции)	углубленные знания в избранной предметной области исследований: история, теория и практика отечественных и зарубежных СМИ, отдельных ее видов и типов, медиасоциология, медиапсихология, медиаэкономика, правовые, этические нормы, организация редакционной деятельности, методы журналистского творчества, контент, язык и стиль СМИ, организация редакционной деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- типологические особенности средств массовой информации в современном мире;
- основные теоретические и эмпирические направления развития новостного менеджмента как составной части деятельности журналиста;
- средства прямого и косвенного воздействия на СМИ.

2. должен уметь:

- ориентироваться в основных способах информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах;
- использовать в профессиональной деятельности средства создания и усиления новостей

3. должен владеть:

- основными формами подачи новостной информации;
- общими правилами подготовки и изложения журналистских текстов.

- применять полученные знания на практике.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 1 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие и особенности "новостного менеджмента".	1	1-2	4	4	0	устный опрос
2.	Тема 2. Производство новостей в средствах массовой информации	1	3	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Механизмы создания и усиления новостей	1	4	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Сущность и цели информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах	1	5-6	4	4	0	творческое задание контрольная работа
5.	Тема 5. Способы управления информацией в средствах массовой коммуникации	1	7	2	2	0	творческое задание контрольная работа
6.	Тема 6. Основные формы подачи новостной информации	1	8-9	4	4	0	контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

## **4.2 Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Понятие и особенности "новостного менеджмента".**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Сущность термина ?новости? и ?значимые новости?. Объекты и цели новостей. Специфика средств массовой коммуникации как основного средства связи и передачи информации в современном обществе. СМИ как медиаполитическая система. Единая массмедийная система в современной России и ее основные уровни: СМИ, контролируемые политизированным капиталом или находящиеся в собственности государства; печатные и электронные СМИ всероссийского и межрегионального охвата; региональные электронные и печатные СМИ; Интернет и внесистемные СМИ; полимедиа. Типологические особенности средств массовой информации: телевидение, радио, печатная пресса, Интернет.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

Сущность термина ?новости? и ?значимые новости?. Объекты и цели новостей. Специфика средств массовой коммуникации как основного средства связи и передачи информации в современном обществе. СМИ как медиаполитическая система. Единая массмедийная система в современной России и ее основные уровни: СМИ, контролируемые политизированным капиталом или находящиеся в собственности государства; печатные и электронные СМИ всероссийского и межрегионального охвата; региональные электронные и печатные СМИ; Интернет и внесистемные СМИ; полимедиа. Типологические особенности средств массовой информации: телевидение, радио, печатная пресса, Интернет.

### **Тема 2. Производство новостей в средствах массовой информации**

#### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Закон РФ ?О средствах массовой информации? как средство прямого управления СМИ. Косвенные, неформальные методы управления средствами массовой информации. Этапы развития новостей. Основные модели новостного производства: ?make story? и ?make sense?. Задачи повествовательного и смыслового варианта СМИ. Роль PR-специалиста в создании новостей. Смысловое позиционирование новостей. Формы подачи информации в новостных блоках. ?Виртуальная? и ?реальная? зоны в новостях.

#### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Закон РФ ?О средствах массовой информации? как средство прямого управления СМИ. Косвенные, неформальные методы управления средствами массовой информации. Этапы развития новостей. Основные модели новостного производства: ?make story? и ?make sense?. Задачи повествовательного и смыслового варианта СМИ. Роль PR-специалиста в создании новостей. Смысловое позиционирование новостей. Формы подачи информации в новостных блоках. ?Виртуальная? и ?реальная? зоны в новостях.

### **Тема 3. Механизмы создания и усиления новостей**

#### ***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Динамическое развитие новости. Проблема ?поддержания интереса? к новости. Основные приемы усиления новостей: привязка новости к круглой дате, демонстрация разных взглядов к проблеме, привлечение влиятельных людей, превращение проблемы в общественно значимую. Интрига и скандал как средства усиления новостей. Быстрота подачи как средство усиления новости. Мониторинговый характер новостей.

#### ***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Динамическое развитие новости. Проблема ?поддержания интереса? к новости. Основные приемы усиления новостей: привязка новости к круглой дате, демонстрация разных взглядов к проблеме, привлечение влиятельных людей, превращение проблемы в общественно значимую. Интрига и скандал как средства усиления новостей. Быстрота подачи как средство усиления новости. Мониторинговый характер новостей.

### **Тема 4. Сущность и цели информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Сущность и задачи манипулирования личностью в массовых информационных процессах. Факторы, определяющие подверженность человека психологическим манипуляциям. Основные этапы информационно-психологического воздействия. Роль коммуникатора в процессе информационно-психологического воздействия. Техника формирования доверия и привязанности к коммуникатору.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Сущность и задачи манипулирования личностью в массовых информационных процессах. Факторы, определяющие подверженность человека психологическим манипуляциям. Основные этапы информационно-психологического воздействия. Роль коммуникатора в процессе информационно-психологического воздействия. Техника формирования доверия и привязанности к коммуникатору.

**Тема 5. Способы управления информацией в средствах массовой коммуникации**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Процесс формирования собственного информационного потока. Сегментирование (дробление) информационного потока. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах. Роль слухов в СМИ. Типология слухов. Провокация, как повод для организации информационного воздействия на массы.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Процесс формирования собственного информационного потока. Сегментирование (дробление) информационного потока. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах. Роль слухов в СМИ. Типология слухов. Провокация, как повод для организации информационного воздействия на массы.

**Тема 6. Основные формы подачи новостной информации**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Специфика PR-текстов и журналистских материалов, их объективность и достоверность. Основные отличия рекламных и PR-текстов. Общие правила подготовки и изложения PR-текстов. Информационные жанры подачи журналистских материалов: кейс-история, интервью, корреспонденция, отчет, заметка и т.д. Аналитические жанры: мониторинг, обзор СМИ, версия, журналистское расследование, рейтинг и т.д. Основные виды художественно-публицистического жанра: фельетон, очерк, пародия, легенда, анекдот.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Специфика PR-текстов и журналистских материалов, их объективность и достоверность. Основные отличия рекламных и PR-текстов. Общие правила подготовки и изложения PR-текстов. Информационные жанры подачи журналистских материалов: кейс-история, интервью, корреспонденция, отчет, заметка и т.д. Аналитические жанры: мониторинг, обзор СМИ, версия, журналистское расследование, рейтинг и т.д. Основные виды художественно-публицистического жанра: фельетон, очерк, пародия, легенда, анекдот.

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Понятие и особенности "новостного менеджмента".	1	1-2	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
2.	Тема 2. Производство новостей в средствах массовой информации	1	3	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
3.	Тема 3. Механизмы создания и усиления новостей	1	4	подготовка к устному опросу	12	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Сущность и цели информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах	1	5-6	подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
				подготовка к творческому экзамену	6	творческое задание
5.	Тема 5. Способы управления информацией в средствах массовой коммуникации	1	7	подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
				подготовка к творческому экзамену	6	творческое задание
6.	Тема 6. Основные формы подачи новостной информации	1	8-9	подготовка к контрольной работе	12	контрольная работа
	Итого				72	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Управление информацией и конструирование спортивных новостей" предполагает использование как традиционных (лекции, семинарские занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Понятие и особенности "новостного менеджмента".

устный опрос , примерные вопросы:

Цель занятия: Дать студентам представление об основных видах и формах новостной информации

### Тема 2. Производство новостей в средствах массовой информации

устный опрос , примерные вопросы:

Информационные потоки и социальное управление в современном обществе. Особенности СМИ в советский период. Формирование медиаполитической системы в современной России. Значение деятельности ньюсмейкера в производстве новостей. Западный опыт новостного производства. Концепция смыслового производства новостей.

### Тема 3. Механизмы создания и усиления новостей

устный опрос , примерные вопросы:

Динамическое развитие новостей. Информационное партнерство в работе со СМИ. Адаптация стиля и формы подачи материалов. Основные способы поддержания интереса к новостям.

### Тема 4. Сущность и цели информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах

контрольная работа , примерные вопросы:

Цель занятия: Дать студентам представление о методах и техниках манипулирования, используемых современными СМИ.

творческое задание , примерные вопросы:

Цель занятия: Дать студентам представление о методах и техниках манипулирования, используемых современными СМИ.

### **Тема 5. Способы управления информацией в средствах массовой коммуникации**

контрольная работа , примерные вопросы:

Слухи в пропагандистских акциях. Типология слухов. Провокация: исторические примеры и современность.

творческое задание , примерные вопросы:

Слухи в пропагандистских акциях. Типология слухов. Провокация: исторические примеры и современность.

### **Тема 6. Основные формы подачи новостной информации**

контрольная работа , примерные вопросы:

Цель занятия: Познакомить студентов с особенностями новостных текстов и их жанровым многообразием.

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

Тематика рефератов

1. Медиахолдинги в современной России.
2. Телевидение: история и перспективы развития.
3. Использование радио в PR-кампаниях.
4. Развитие печатной прессы в современной России.
5. Интернет в XXI веке: новые возможности для PR-акций.
6. Модель функционирования СМИ в советский период.
7. Современные российские СМИ: между властью и обществом.
8. Цензура и СМИ: проблемы и пути решения.
9. Закон РФ "О средствах массовой информации", как средство прямого воздействия на деятельность СМИ.
10. Косвенные методы управления средствами массовой информации.
11. Роль PR-специалиста в создании новостей.
12. Основные модели новостного производства.
13. Информационные войны в современном мире.
14. Сущность и модели информационного партнерства в процессе взаимодействия PR и СМИ.
15. Значение стиля и формы подачи информационных материалов.
16. Основные приемы усиления новостей.
17. Роль скандала в процессе производства новостей
18. Сущность и задачи манипулирования личностью в массовых информационных процессах.
19. Роль коммуникатора в процессе информационно-психологического воздействия.
20. Методы защиты от манипулятивного воздействия, применяемого СМИ.
21. Провокация, как повод для организации информационного воздействия на массы.
22. Роль слухов в деятельности СМИ.
23. Интрига, как важнейший "двигатель" новостей.
24. Общие правила подготовки и изложения PR-текстов.
25. PR-тексты и реклама: сходство и различия.
26. Информационные жанры подачи журналистских материалов.

27. Аналитические жанры подачи журналистских материалов.
28. Художественно-публицистические формы подачи журналистских материалов.
- 6.2 Вопросы к зачету
  1. Единая массмедийная система в современной России и ее основные уровни.
  2. Телевидение в современном обществе.
  3. Радио - особенности развития на современном этапе.
  4. Печатные СМИ в России.
  5. Роль медиахолдингов в политической жизни страны.
  6. Особенности СМИ в советский период.
  7. Цензура и СМИ: проблемы и пути решения.
  8. Закон РФ "О средствах массовой информации".
  9. Неформальные методы управления средствами массовой информации.
  10. Сущность термина "новости", этапы развития новостей.
  11. Значение деятельности ньюсмейкера в производстве новостей.
  12. Западный опыт новостного производства.
  13. Концепция смыслового производства новостей.
  14. Понятие смыслового позиционирования новости.
  15. Аргументация в процессе смыслового позиционирования.
  16. Формы подачи новостей: эксклюзив, сенсация, интрига и др.
  17. "Виртуальность" новостей и конструирование новой реальности.
  18. Понятие манипуляции сознанием.
  19. Цель, задачи и объект манипуляции в массовых информационных процессах.
  20. Основные особенности манипулятивного воздействия СМИ.
  21. Факторы, определяющие подверженность человека психологическим манипуляциям.
  22. Этапы процесса внушения в деятельности СМИ.
  23. Техники формирования доверия и привязанности к коммуникатору.
  24. Задачи формирования собственного информационного потока.
  25. Этический аспект манипулирования аудиторией.
  26. Основные приемы информационно-психологического воздействия - "азбука пропаганды".
  27. Слухи в пропагандистских акциях.
  28. Типология слухов.
  29. Провокация: исторические примеры и современность.
  30. Динамическое развитие новостей.
  31. Информационное партнерство в работе со СМИ.
  32. Адаптация стиля и формы подачи материалов.
  33. Способы поддержания интереса к новостям:
  34. Интрига как средство усиления новостей.
  35. Скандал в производстве новостей.
  36. "Основной" и "дополнительный" вес новостей.
  37. Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе производства новостей.
  38. Проблема достоверности журналистских текстов.
  39. PR-тексты и реклама: сходство и различия.
  40. Основные правила создания PR-текстов.
  41. Особенности и основные разновидности журналистских заметок.
  42. Сущность кейс-истории.
  43. Информационная корреспонденция.
  44. Информационный отчет.

45. Интервью и его виды.
46. Статья, как основная форма аналитического жанра подачи журналистского материала.
47. Журналистское расследование.
48. Рецензия, как аналитический жанр.
49. Художественно-публицистические формы подачи журналистских материалов: основные особенности и требования к ним.
50. Правила составления пресс-релиза.
51. Основные компоненты пресс-релиза.
52. Виды пресс-релизов.

### **7.1. Основная литература:**

Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз. электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"

<http://znanium.com/bookread.php?book=394706>

Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7, 500 экз. электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"

<http://znanium.com/bookread.php?book=398446>

Журналистика и редактирование: Учебное пособие / Т.В. Гордиенко. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 176 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0536-4, 1000 экз. электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"

<http://znanium.com/bookread.php?book=375895>

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Почепцов Г.Г. Информационные войны. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2003. (кафедральный фонд)
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2001. (кафедральный фонд)
3. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. ? СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. (кафедральный фонд)
4. Коротков А. В., Кристальный Б. В., Курносков И. Н. Государственная политика Российской Федерации в области развития информационного общества. М.: "Трейн", 2007 (кафедральный фонд)

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

1. Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>
2. Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>
3. Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR - <http://www.advertology.ru/>
4. ЦПК ?НикколоМ? - <http://www.nikkolom.ru/>
5. Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Управление информацией и конструирование спортивных новостей" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран.

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность проведения текущего контроля знаний учащихся посредством онлайн системы тестирования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.68 "Журналистика" и магистерской программе Спортивная журналистика

Автор(ы):

Лаптев В.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Юсупов Ш.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.