

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Утверждено:
на заседании кафедры
Протокол №13 от 27 июня 2019 г.

И.о.зав  кафедрой С.А. Алиева

Согласовано:
Председатель УМК
факультета БФиЖ д.ф.н., проф.

 Г.Н. Гареева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Телевизионная мастерская

Факультативная дисциплина

программа бакалавриата

Направление подготовки

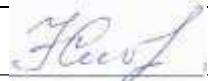
42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

Квалификация

Бакалавр

Разработчик (составитель): к.ф.н., доцент	 / Сибагатов Ф.Ш.
--	---

Для приема: 2019

Уфа - 2019 г.

Составитель: к.ф.н., доцент Сибгатов Ф.Ш.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 13 от 27 июня 2019г.

И.о.зав кафедрой



С.А. Алиева

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____

_____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций 4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) 5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине 5
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине. 5
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине. 6
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 16
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 16
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы 17
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 17

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	ПК-3 - Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта	ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов	Знать: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов
		ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;	Уметь: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;
		ИПК 3.3. Владеет: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и	Владеть: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала;

		<p>сроков подготовки сценарного материала;</p> <p>контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала;</p> <p>оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>	<p>контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала;</p> <p>оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>
<p>ПК-4 - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p>	<p>ИПК 4.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p>	<p>Знать: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p>	
	<p>ИПК 4.2. Умеет: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	<p>Уметь: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	
	<p>ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта;</p>	<p>Владеть: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта; оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	

		выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)	
ПК -8- Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	ПК -8- Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания	ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания	Знать: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания
		ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.	Уметь: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.
		ИПК 8.3. Владеет: навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного /рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания	Владеть: навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания
ПК-12 - Способен к организации работы по созданию/пок	ПК-12 - Способен к организации работы по созданию/пок	ИПК 12.1. Знает: историю России, новейшую историю и основы международной политики;	Знать: историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;

	<p>упке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи</p>	<p>цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ</p>	<p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории; мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ</p>
	<p>ИПК 12.2. Умеет: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	<p>Уметь: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	
	<p>ИПК 12.3. Владеет: навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	<p>Владеть: навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Телевизионная мастерская» относится к факультативным дисциплинам.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре очной и летнюю сессии 4 курса заочной форм обучения.

Цели дисциплины:

-Сформировать у студентов целостное представление о работе в сфере телевидения, -ознакомление с технологией, принципами и методами создания продукции телерадиовещательных средств массовой информации на разных платформах.

-приобретение навыков сбора, анализа, обработки информации для создания информационного контента телеэфира;

3.Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4.Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1 Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции: **ПК-3** - Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения	
	Не зачтено	зачтено
ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов	Отсутствие знаний законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов	Сформированные знания законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов
ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий,	Отсутствие умений изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение	Сформированные умения изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий,

находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;	событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;	находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;
ИПК 3.3. Владеет: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;	Отсутствие владений навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;	Сформированные владения навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;

Код и формулировка компетенции: **ПК-4** - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения	
	Не зачтено	зачтено
ИПК 4.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования	Отсутствие знаний современных технических средств и технологий для создания медийных продуктов; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования	Сформированные знания современных технических средств и технологий для создания медийных продуктов; передового отечественного и зарубежного опыта; методов и инструментов эффективного менеджмента; экспертного анализа и методов оценки рисков; основ бюджетирования
ИПК 4.2. Умеет: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий;	Отсутствие умений определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного	Сформированные умения определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного

использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)	графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)	графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)
ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)	Отсутствие владений навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)	Сформированные владения навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)

Код и формулировка компетенции: **ПК-8-** Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения	
	Не зачтено	зачтено
ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные	Отсутствие знаний законодательства Российской Федерации о рекламе; методов проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передового отечественного и зарубежного опыта производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологий медиапроизводства, программного обеспечения и аппаратных средств мультимедиа, основ компьютерной графики и	Сформированные знания законодательства Российской Федерации о рекламе; методов проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента; передового отечественного и зарубежного опыта производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологий медиапроизводства, программного обеспечения и аппаратных средств мультимедиа, основ компьютерной графики и

музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания	анимации, компьютерных музыкальных технологий и звукового дизайна мультимедиапрограмм; технических средств телерадиовещания	анимации, компьютерных музыкальных технологий и звукового дизайна мультимедиапрограмм; технических средств телерадиовещания
ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.	Отсутствие умений определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.	Сформированные умения определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.
ИПК 8.3. Владеет: Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания	Отсутствие владений Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания	Сформированные владения Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания

Код и формулировка компетенции: **ПК-12-** Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения	
	Не зачтено	зачтено
ИПК 12.1. Знает: историю России, новейшую историю и основы международной политики; цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ; социальные и психологические характеристики целевой аудитории;	Отсутствие знаний истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;	Сформированные знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; целей и задач планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;

мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационный опыт в сфере СМИ	социальных и психологических характеристик целевой аудитории; мировых тенденций развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методов производства мультимедийных продуктов, основных сведений о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационного опыта в сфере СМИ	социальных и психологических характеристик целевой аудитории; мировых тенденций развития сферы СМИ (содержательные и технологические); методов производства мультимедийных продуктов, основных сведений о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания; инновационного опыта в сфере СМИ
ИПК 12.2. Умеет: выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе	Отсутствие умений выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе	Сформированные умения выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике; сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями; моделировать структуру новых продуктов; регулировать творческие разногласия в коллективе.
ИПК 12.3. Владеет: навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир	Отсутствие владений навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир	Сформированные владения навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ; определения модели и формата новых продуктов; привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов; контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ; координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов; утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Компетенция (с указанием кода)	Результаты обучения <i>Индикатор достижения компетенции (с кодом)</i>	Оценочные средства
-----------------------------------	--	--------------------

<p>ПК-3 - Способен к подготовке создания сценарного материала нового продукта</p>	<p>ИПК 3.1. Знает: законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; историю России, новейшую историю и основы международной политики; грамматику, стилистику, фонетику русского языка; принципы создания и редактирования текстов</p>	<p>Устный групповой опрос Доклад в рамках практического занятия</p>
	<p>ИПК 3.2. Умеет: изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ; использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов; принимать оперативные обоснованные решения;</p>	<p>Доклад в рамках практического занятия собеседование</p>
	<p>ИПК 3.3. Владеет: навыками инициирования творческих идей для создания нового продукта; формирования требований к создаваемому сценарному материалу; ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала; оценки качества сценарного материала, в случае необходимости формулирования требований по доработке и внесению необходимых изменений;</p>	<p>Письменная контрольная работа</p>

<p>Компетенция (с указанием кода)</p>	<p>Результаты обучения <i>Индикатор достижения компетенции (с кодом)</i></p>	<p>Оценочные средства</p>
---	--	---------------------------

<p>ПК-4 - Способен к планированию создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p>	<p>ИПК 4.1. Знает: современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; передовой отечественный и зарубежный опыт; методы и инструменты эффективного менеджмента; экспертный анализ и методы оценки рисков; основы бюджетирования</p>	<p>Устный групповой опрос Доклад в рамках практического занятия</p>
	<p>ИПК 4.2. Умеет: определять постановочную сложность, стоимость и источники ресурсного обеспечения создания и реализации нового продукта; использовать методы эффективного менеджмента для создания производственного графика и применения технологий; использовать необходимое программное обеспечение; формировать бюджет (сметную документацию)</p>	<p>Доклад в рамках практического занятия собеседование</p>
	<p>ИПК 4.3. Владеет: навыками определения производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование; определения потребности в кадровых ресурсах для создания продукта; выбора оптимального плана подготовки и реализации продукта; разработки производственного графика создания продукта; оценки творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта оценки возможных рисков при создании продукта; расчета финансовых средств, необходимых для создания нового продукта; выявления необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>	<p>Письменная контрольная работа</p>

Компетенция (с указанием кода)	Результаты обучения <i>Индикатор достижения компетенции (с кодом)</i>	Оценочные средства
<p>ПК -8- Способен к организации продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p>	<p>ИПК 8.1. Знает: законодательство Российской Федерации о рекламе; методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые</p>	<p>Устный групповой опрос Доклад в рамках практического занятия</p>

	<p>возможности продвижения контента; передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания; технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм; технические средства телерадиовещания</p>	
	<p>ИПК 8.2. Умеет: определять рекламную стратегию для продвижения конечного продукта; ставить цели и определять пути их достижения; формировать имидж продукта; использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации.</p>	<p>Доклад в рамках практического занятия собеседование</p>
	<p>ИПК 8.3. Владеет: Навыками формирования рекомендаций для создания промороликов; разработки маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, создание презентационного/рекламного материала; организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга; ведения переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания</p>	<p>Письменная контрольная работа</p>

Компетенция (с указанием кода)	Результаты обучения <i>Индикатор достижения компетенции (с кодом)</i>	Оценочные средства
<p>ПК-12 -Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ,</p>	<p>ИПК 12.1. Знает: историю России, новейшую историю и основы международной политики;</p>	<p>Устный групповой опрос, Доклад в рамках практического занятия</p>

контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	<p>цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ;</p> <p>социальные и психологические характеристики целевой аудитории;</p> <p>мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические);</p> <p>методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания;</p> <p>инновационный опыт в сфере СМИ</p>	
	<p>ИПК 12.2. Умеет:</p> <p>выявлять потребность общества в информации по определенной проблематике;</p> <p>сочетать в концепции программ социальный заказ с собственными творческими идеями;</p> <p>моделировать структуру новых продуктов;</p> <p>регулировать творческие разногласия в коллективе</p>	<p>Доклад в рамках практического занятия</p> <p>собеседование</p>
	<p>ИПК 12.3. Владеет:</p> <p>навыками формирования востребованного круга тем и проблем для освещения в СМИ</p> <p>определения стратегических направлений новых продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>определения модели и формата новых продуктов;</p> <p>привлечения востребованных медиаперсон для авторских проектов;</p> <p>контроля разработки и создания анонсов новых продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>координации деятельности подразделений в ходе создания новых продуктов;</p> <p>утверждения новых продуктов, проверка их на соответствие законодательству Российской Федерации и готовности к выходу в эфир</p>	<p>Письменная контрольная работа</p>

Критериями оценивания при модульно-рейтинговой системе являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для зачета: текущий контроль – максимум – 50 баллов, рубежный контроль- максимум – 50 баллов, поощрительные баллы- максимум 10)

Шкалы для оценивания зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

Для заочной формы обучения:

Зачтено выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, ответы аргументированы фактическим материалом

Не зачтено выставляется студенту, если вопрос зачета не раскрыт, студент не знает пройденный материал.

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Направление 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки:

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				50
Текущий контроль			0	35
1. Доклад в рамках практического занятия	2	5	0	10
2. Устный групповой опрос	5	2	0	10
3. собеседование	3	5		15
Рубежный контроль				15
Письменная контрольная работа	15	1	0	15
Модуль 2			0	50
Текущий контроль			0	35
1. Доклад в рамках практического занятия	2	5	0	10
2. Индивидуальный опрос	5	2	0	10
3. собеседование	3	5		15
Рубежный контроль			0	15
Письменная контрольная работа	15	1	0	15
Поощрительные баллы			0	10
1. Выступление в научной конференции	5	1	0	5
2. Публикация в печатном издании	5	1	0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1.Посещение лекционных занятий			0	-6

2.Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				100
зачет				

Доклады (выступления студентов по вопросам практического занятия) – подготовленное студентом самостоятельно публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной проблемы. Доклады могут сопровождаться презентациями, иллюстративным сопровождением.

Примерные темы докладов и вопросов практических занятий

Тема 1. Особенности информационного контента на телевидении. Медиа текст, характеристики.

1. Правила сочетания видеоряда с закадровым текстом.
2. Язык экрана - кадр (изображение части пространства, видимое в данный момент).
3. план (общий, средний и крупный и т.д.)
4. ракурс, виды съемки (наезд, проезд, панорамирование и т.д.).
5. Требования к телетекстам, характеристики.

Тема 2 Метод интервью как один из основных в работе корреспондентов.

1. Общение в работе корреспондента как основа профессиональной деятельности.
2. Основные группы вопросов: открытые, закрытые. Практика использования основной группы.
3. Уточняющие, проверочные, провокационные и т.д. вопросы.
4. Невербальная составляющая метода интервью.

Тема 3 Репортаж на телевидении как синтез жанров. Виды репортажей.

1. Характеристики жанра телевизионного репортажа.
2. Сочетание информации, фрагментов интервью (синхрон), комментария, зарисовки и т.д.
3. Виды: событийный, проблемный (тематический), специальный (близость к журналистскому расследованию), криминальный, некомментируемый (трансляция). Особенности создания.
4. Событийный репортаж как основа информационного телевидения.
5. Правила раскрытия темы.
6. Формирование новостной картины дня. Корреспондент на месте события.

Тема 4 Работа «в кадре». Требования к корреспонденту.

1. Целесообразность появления «в кадре».
2. Внешний вид, речь, поза, жесты, мимика.
3. Движение корреспондента в кадре. Фон за корреспондентом.
4. Правило среднего плана при стенд-апе.
5. Основные задачи, типы стенд-апов. Место в сюжете.
6. Подтверждение достоверности события;
7. Подведение итогов или рассказ о перспективах событий;
8. Привлечение внимание зрителя к важной информации и т.д.
9. Стенд-ап в середине: репортер связывает разные части сюжета;
10. Репортер дает информацию, для которой нет видеоряда;
11. Репортер работает в прямом эфире.
12. Стенд-ап в конце сюжета как концовка или как анонс продолжения темы.

13. В начале сюжета - как исключение из правил.

Тема 10 Основы создания авторского проекта для телеканала.

1. Понятие концепции вещания телеканала.
2. Соответствие идеи автора общей концепции.
3. Зависимость жанровых особенностей и формата проекта от выбора темы.
4. Основные этапы создания: идея, тема, сценарный план,
5. Материал (персонажи, локации, сроки).
6. Съёмки, текст, монтаж и т.д.

Критерии оценки докладов по вопросам практических занятий

2 балла выставляется студенту, если имеются полные ответы на поставленные вопросы, проблема раскрыта полностью, студент хорошо знает теоретический и фактический материал, подготовил презентацию.

1 балл выставляется студенту, если тема раскрыта поверхностно, теоретические выводы фактическим материалом не аргументированы

0 баллов выставляется студенту, если на поставленный вопрос отсутствует аргументированный ответ, доклад не подготовлен, студент не готов к практическому занятию.

Зачтено выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, ответы аргументированы фактическим материалом

Не зачтено выставляется студенту, если вопрос зачета не раскрыт, студент не знает пройденный материал.

Индивидуальный групповой опрос проводится после изучения теоретического материала модуля с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного теоретического материала

Это метод контроля позволяющий оценить знания группы. Вопросы должны быть четкими, ясными, конкретными, охватывать основной материал программы. Содержание вопросов должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать примеры, делать выводы. Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования. Оценить можно не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении. При необходимости целесообразно наводящими вопросами помогать студенту, не подсказывая ему правильного ответа. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает как положительные стороны, так и указывает на недостатки ответа, делает вывод о том, как изложен учебный материал.

На усмотрение преподавателя можно провести индивидуальный опрос студента по изученным темам модуля.

Примерные вопросы устного группового опроса:

Понятие единого информационного пространства.

Информационная функция как одна из основных в работе СМИ.

Характеристики информационного общества.

Многообразие информации, массовый доступ к каналам информации.

Основные задачи СМИ как социального института по отношению к обществу.

Информация в журналистике как разновидность социальной информации,

«Новость» в работе журналистов.

Характеристики «новостной» информации

Понятие «информации» в журналистике.

Понятие «сенсация» в информационной журналистике.

Значение «текущей» информации.

Отличительные признаки «сенсации».

Понятие «текущая» информация (погода, ситуация на дорогах, в ЖКХ и т.д.)

Ее значение в новостном потоке.

Выбор информационных поводов, фактов для создания информационного контента

Критерии оценивания устного группового опроса:

1 балл выставляется студенту, если на вопрос устного опроса дан полный аргументированный ответ

0 баллов выставляется студенту, если студент не мог ответить на поставленный вопрос.

Зачтено выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, ответы аргументированы фактическим материалом

Не зачтено выставляется студенту, если вопрос зачета не раскрыт, студент не знает пройденный материал.

Собеседование – выяснение уровня знаний по проработанной теме, умение анализировать и обобщать материал.

Общие принципы построения новости.

Виды новостной информации в СМИ.

Жанровые и языковые особенности информации.

Событийная информация в различных видах СМИ

Текст для новостей - на основе литературного языка, нейтральной лексики.

Требования к языку и стилю в связи со спецификой РВ и ТВ.

Основные источники информации: пресс-релизы, Интернет, ньюсмейкеры, другие СМИ и т.д.

Планирование информационной картины дня для освещения в СМИ

Составление редакционного календаря предстоящих событий.

Критерии оценки собеседования:

3 балла выставляется студенту, если обобщена информация, сделаны обоснованные выводы, разъяснения, но с большими поправками и с помощью преподавателя.

2 балла выставляется студенту, если дан неполный ответ, поверхностно владеет пройденным материалом.

1 балл выставляется студенту, если отсутствует способность анализировать и обобщать информацию, поверхностное знание теоретического материала, неумение аргументировать ответы фактическим материалом

0 баллов выставляется студенту, если не может ответить ни на один из поставленных вопросов.

Зачтено выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, ответы аргументированы фактическим материалом

Не зачтено выставляется студенту, если вопрос зачета не раскрыт, студент не знает пройденный материал.

Письменная контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Письменная работа – письменное задание, выполняемое в течение заданного времени (в условиях аудиторной работы – от 45 минут до 1,5 часов, от одного дня до нескольких недель в случае внеаудиторного задания).

Примерная тематика письменных контрольных работ

Понятие единого информационного пространства.

Информационная функция как одна из основных в работе СМИ.

Характеристики информационного общества.
Многообразие информации, массовый доступ к каналам информации.
Основные задачи СМИ как социального института по отношению к обществу.
Информация в журналистике как разновидность социальной информации, «Новость» в работе журналистов.
Характеристики «новостной» информации
Понятие «информации» в журналистике.
Понятие «сенсация» в информационной журналистике.
Значение «текущей» информации.
Отличительные признаки «сенсации».
Понятие «текущая» информация (погода, ситуация на дорогах, в ЖКХ и т.д.)
Ее значение в новостном потоке.
Выбор информационных поводов, фактов для создания информационного контента
Общие принципы построения новости.
Виды новостной информации в СМИ.
Жанровые и языковые особенности информации.
Событийная информация в различных видах СМИ
Текст для новостей - на основе литературного языка, нейтральной лексики.
Требования к языку и стилю в связи со спецификой РВ и ТВ.
Основные источники информации: пресс-релизы, Интернет, ньюсмейкеры, другие СМИ.
Планирование информационной картины дня для освещения в СМИ
Составление редакционного календаря предстоящих событий.

Критерии оценки письменных контрольных работ:

13-15 баллов выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, ответы аргументированы фактическим материалом

10-12 баллов выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, мало фактических материалов приведено

7-9 баллов выставляется студенту, если вопрос раскрыт более чем наполовину, но без ошибок. · Имеются незначительные и/или единичные ошибки. · Используются ссылки менее чем на половину рекомендованных по данному вопросу источников. ·

4-6 баллов выставляется студенту, если вопрос раскрыт поверхностно, частично
Контрольная работа написана небрежно, неаккуратно, использованы необщепринятые сокращения, затрудняющие ее прочтение. ·

1-3 балла выставляется студенту, если обнаруживается общее представление о сущности вопроса

0 баллов выставляется студенту, если тема контрольной работы не раскрыта, студент не знает пройденный материал, задание не выполнено (ответ отсутствует)

Зачтено выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью и без ошибок, отлично знает теоретический материал, ответы аргументированы фактическим материалом

Не зачтено выставляется студенту, если вопрос зачета не раскрыт, студент не знает пройденный материал.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная литература:

1. Телевизионная журналистика. Редакционная коллегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский. <http://dedovkgu.narod.ru/bib/telezhur.htm>

Дополнительная литература:

1. Корконосенко, С. Г.. Введение в журналистику учебное пособие для студентов вузов, обуч. по направл. "Журналистика"/С.Г. Корконосенко - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2016 - 270 с. <https://cdn1.ozone.ru/multimedia/1023486960.pdf>
2. Ахметьянова Н. А. Особенности жанра интервью в башкирской журналистике: учеб. Пособие. –Уфа: РИЦ БАШГУ, 2015. https://elib.bashedu.ru/dl/read/Ahmetjanova_Osobennosti_zhanra_intervju_up_2015.pdf
3. Кузбеков Ф. Т. Башкирская журналистика как явление этнической культуры: Уфа: Китап, 2006. Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ.— [https://elib.bashedu.ru/dl/read/ Kuzbekov Bash Zhurnalistika.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/read/Kuzbekov_Bash_Zhurnalistika.pdf) >.
4. Основы теории журналистики: методические указания / Башкирский государственный университет ; составитель С.А. Алиева. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2019. — Электронная версия печатной публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. — <URL: [https:// elib.bashedu.ru /dl/local /Alieva_sost_Osnovyteorii_zhurnalistiki_mu_2019.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/local/Alieva_sost_Osnovyteorii_zhurnalistiki_mu_2019.pdf)>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. www.ivis.ru/. База данных ООО «ИВИС» договор № 133-П (1650) от 03.07.2018 г. С 01.07.2018 до 30.06.2019.
2. <http://biblioclub.ru>. –ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Catalog.inforeg.ru /Inet/GetOrganization /198. ООО «НексМедиа» договор №847 от от 03.09.2018. С 01.10.2018 по 30.09.2019.
3. <https://e.lanbook.com/> /Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018. С 01.10.2018 по 30.09.2019.
4. www.elibrary.ru. Научная электронная библиотека. Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018. С 11.12.2018 по 31.12.2019.

Программное обеспечение:

1. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
3. Права на использование программного обеспечения Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный, продление подписки на 1 год. Договор №31806820398 от 17.09.2018.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Телевизионная мастерская на 2 семестр

очная

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72 часа
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	18,2
лекций	8
практических / семинарских	10
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	53,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма контроля:
зачет 7 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Особенности информационного контента на телевидении. Медиа текст, характеристики.	2	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
2.	Метод интервью как один из основных в работе корреспондентов.	2	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
3	Репортаж на телевидении как синтез жанров. Виды репортажей.	2	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
4	Работа «в кадре». Требования к корреспонденту.	2	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
5	Основы создания авторского проекта для телеканала.		2		13,8	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
	Всего часов:	8	10		53,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Телевизионная мастерская на летнюю сессию 4 курса

заочная

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72 часа
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	10,2
лекций	4
практических / семинарских	6
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	58
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	3,8

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Особенности информационного контента на телевидении. Медиа текст, характеристики.	1	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
2.	Метод интервью как один из основных в работе корреспондентов.	1	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
3	Репортаж на телевидении как синтез жанров. Виды репортажей.	1	2		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
4	Работа «в кадре». Требования к корреспонденту.	1	1		10	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
5	Основы создания авторского проекта для телеканала.		1		18	Основная литература: 1. Дополнительная литература: 1-4	самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы	Доклад в рамках практического занятия Устный групповой опрос собеседование Письменная контрольная работа
	Всего часов:	4	10		58			