

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филологический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА»

Кафедра электронных СМИ филологического факультета

Образовательная программа

42.04.02 Журналистика
Направленность(профиль) программы
Телерадиожурналистика

Уровень высшего образования
Магистратура

Форма обучения
очная, заочная

Статус дисциплины:
входит в обязательную часть ОПОП

Махачкала, 2020

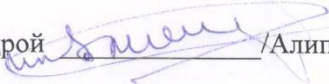
Рабочая программа дисциплины «Информационные агентства» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень - Магистратура)

от « 8 » июня 2017 г. № 529

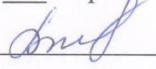
Разработчик: к.и.н., доцент кафедры электронных СМИ Ибрагимов П.А.

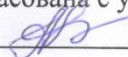
Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры электронных СМИ от «26» апреля 2020 г., протокол № 6

Зав. кафедрой  /Алипулатов И.С./

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «18» марта 2020 г. протокол № 7

Председатель  /Горбанева А.Н./

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением « » 20 г. 

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина ««Информационные агентства»» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры. Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой электронных СМИ. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК – 4, профессиональных ПК –5.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Учебно-методическая платформа:

Образовательный блог – <http://mir-juornalist.blogspot.com/>

Moodle dgu – <http://edu.dgu.ru/my/>

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: устных ответов; подготовка реферата; промежуточного контроля в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 72 ч.

Се- мест р	Учебные занятия						Форма про- межуточной аттестации (зачет, диф- ференциро- ванный зачет, экзамен
	в том числе						
	Контактная работа обучающихся с преподава- телем					СРС, в том числе экзамен	
	Все го	из них					
	Лекц.	Лаб. за- нятия	Практ. занятия	КСР	кон- суль-		

						тации		
В	108	10		20			78	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Информационные агентства» – познакомить студентов с мировыми информационными агентствами. Изучить историю крупных мировых агентств, в том числе российских, причины и условия их возникновения, принципы их работы; показать значение фабрик информации в начале нового тысячелетия в условиях современных технологий; раскрыть содержание работы журналистов агентств и характер новых информационных услуг, предоставляемых.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Современные проблемы телевидения» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений.

Логически и содержательно-методически данная дисциплина взаимосвязана с другими частями ОПОП: дисциплинами «Современные теории массовой коммуникации», «Методология и методика медиаисследований», «Проблемы современности и повестки дня СМИ», «Современные медиасистемы».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПООП (при наличии))	Планируемые результаты обучения
ОПК – 4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спро-	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает: методы анализа потребностей общества и интересов аудитории для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и ме-

са на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК – 4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	диапродукты. Умеет: интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. Владеет: методами прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Умеет: использовать знания основных характеристик целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Владеет: способностью использовать свои знания и умения в профессиональной деятельности.
ПК-5. Способен системно выстраивать производственный процесс выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	ПК-5.1. Ставит профессиональные задачи журналистам.	Знает: профессиональные задачи Умеет: ставить профессиональные задачи Владеет: способностью донести профессиональные задачи до журналистов

	ПК-5.2. Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов	Знает: качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов. Умеет: создавать журналистские тексты Владеет: способностью контролировать качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов
	ПК-5.3. Выверяет соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы	Знает: этические нормы Умеет: выверять соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы Владеет: навыками проверки соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы.
	ПК-5.4. Определяет дедлайны и отслеживает их соблюдение.	Знает: дедлайны Умеет: определять дедлайны Владеет: способностью определять и отслеживать дедлайны

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1 Структура дисциплины в очной форме

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	се- неделя	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Самостоя- тельная ра-	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежу-
----------	------------------------------	---------	---------------	--	--------------------------	--

				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		точной аттестации (по семестрам)
	Модуль 1. Мировые информационные агентства								
1	Мировые информационные агентства			2	4			6	Устный опрос, письменный опрос
2	Основные потоки современного международного информационного и коммуникационного пространства			2	4			8	Доклады
3	Информационные агентства России			2	4			10	Рефераты
	Итого по модулю 1:			6	12			24	
	Модуль 2. Современная фабрика информации								
4	ИТАР-ТАСС – современная фабрика информации			2	4			8	Доклады
5	РИА «Дагестан»			2	4			8	Рефераты
	Итого по модулю 2:			4	8			24	
	ИТОГО:			10	20			48	зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Мировые информационные агентства

Тема 1. Мировые информационные агентства – крупнейшие информационные источники зарубежных СМИ.

Содержание темы.

Мировые информационные агентства – крупнейшие информационные источники зарубежных СМИ. Роль информационных агентств в создании глобального информационного пространства. «Ассошиэйтед Пресс» – «АП». Крупнейшее информационное агентство США. «Юнайтед Пресс Интернешнл» – «ЮПИ». Второе по величине информационное агентство США. Агентство «Рейтер». Основное английское информационное агентство. Агентство «Франс Пресс» – «АФП». Коммерческое предприятие, которое одновременно субсидируется и французским правительством. Агентство «ИТАР-ТАСС». Информационное агентство России. Участие мировых информационных агентств в международном информационном обмене, во внешнеполитической пропаганде.

Тема 2. Основные потоки современного международного информационного и коммуникационного пространства Информационный поток как совокупность всех новостных сообщений, аудио- и видеоматериалов, циркулирующих в глобальном информационном пространстве, имеющая направленность и аудиторию, способная оказывать влияние на общественные взгляды, а также вызывать реакцию на сообщение. Информационные потоки в системе медиaprостранства. Типология информационных потоков. Свободный, односторонний, вертикальный и горизонтальный потоки оперативных новостей. Взаимообусловленность, взаимозависимость, целенаправленность и диверсификация этих потоков в процессе интегрирования фактов в социально-исторический процесс. Особенности формирования механизма массовых информационных потоков печатными и электронными средствами массовой информации. Интернет как средство глобализации информационных потоков.

Тема 3. Информационные агентства России

Исторические условия возникновения информационных агентств в России. Роль информационного обмена на европейском экономическом рынке в начале XX века. Положение в экономике России и неадекватные оценки его в общественном мнении европейского предпринимательства. Необходи-

мость собственного информирования рынков Европы об экономических возможностях России. Информационные агентства Советского Союза. Установление государственной монополии на информационную политику РОСТА и средств массовой информации. ТАСС – преемник РОСТА. Создание Советского информационного бюро (Совинформбюро) и его деятельность в военный период. ТАСС – мировое информационное агентство. Задачи ТАСС в освещении жизни СССР и мировых событий. Значение ТАСС в период «холодной войны», в условиях мирного сосуществования, в переходный и постсоветский периоды. ТАСС – выразитель официальной позиции правительства.

Интерактивная форма: работа в микрогруппах (определение функций текстов печатных периодических изданий); дискуссия по теме «Классификация функций российских агентств».

Тема 4. ИТАР-ТАСС – современная фабрика информации

ТАСС в современных условиях информационного рынка: действия зарубежных информационных агентств и средств массовой информации на территории России. Усиление конкуренции на рынке информации. Информационные потоки ИТАР-ТАСС. Выпуск агентством печатных изданий. ИТАР-ТАСС в Интернете. ИТАР-ТАСС и русскоязычные издания за рубежом.

Последнее десятилетие XX века. Прорыв в информационной монополии государства как результат провозглашения и осуществления свободы слова и гласности. Возникновение разных форм собственности в СМИ. Создание негосударственных изданий, радиостудий и телеканалов. Появление новых информационных агентств как альтернативы официальному ТАСС. Принцип работы новых агентств и способы завоевания рынка внутри страны и за рубежом. Экономические условия выживания.

Тема 5. Республиканское информационное агентство «Дагестан»

Исторические условия возникновения информационного агентства РИА «Дагестан». Целевая аудитория РИА «Дагестан». Сайт РИА «Даге-

стан» - один из самых популярных информационных ресурсов СКФО и ЮФО. Входит в первую пятерку самых цитируемых ресурсов в сети Интернет.

Практические занятия

Программа курса предусматривает проведение практических занятий, которые призваны помочь студентам выработать определенные навыки анализа состояния телевидения страны в определенный временной период. Они предназначены для углубленного изучения дисциплины. Главная цель практических занятий – обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой дисциплины.

На практических занятиях студенты должны продемонстрировать умение анализировать состояние телевидения в определенный временной период в неразрывной связи с экономическим, политическим и культурным положением в стране.

Тема 1. Мировые информационные агентства – крупнейшие информационные источники зарубежных СМИ

Контрольные вопросы:

1. Мировые информационные агентства
2. «Ассошиэйтед Пресс» – «АП».
3. Крупнейшее информационное агентство США. «Юнайтед Пресс Интернешнл» – «ЮПИ».
4. Агентство «Рейтер».
5. Агентство «Франс Пресс» – «АФП».
6. Агентство «ИТАР-ТАСС».

Интерактивная форма: работа в микрогруппах (презентация основных международных агентств); привлечение Интернет-ресурсов.

Тема 2. Основные потоки современного международного информационного и коммуникационного пространства

Контрольные вопросы:

1. Информационные потоки в системе медиaprостранства
2. Типология информационных потоков.
3. Особенности формирования механизма массовых информационных потоков печатными и электронными средствами массовой информации.
4. Интернет как средство глобализации информационных потоков

Тема 3. Информационные агентства России

Контрольные вопросы:

1. Исторические условия возникновения информационных агентств в России.
2. Информационные агентства Советского Союза.
3. Государственная монополия на информационную политику РОСТА и средств массовой информации.
4. ТАСС – преемник РОСТА.
5. ТАСС – мировое информационное агентство.
6. ТАСС в период «холодной войны»,

Интерактивная форма: работа в микрогруппах (определение функций текстов печатных периодических изданий); дискуссия по теме «Классификация функций российских агентств».

Тема 4. ИТАР-ТАСС – современная фабрика информации

Контрольные вопросы:

1. ТАСС в современных условиях информационного рынка.
2. Информационные потоки ИТАР-ТАСС.
3. ИТАР-ТАСС в Интернете.
4. ИТАР-ТАСС и русскоязычные издания за рубежом.
5. Новые информационные агентства как альтернативы официальному ТАСС.
6. Принцип работы новых агентств и способы завоевания рынка внутри страны и за рубежом.

Тема 5. Республиканское информационное агентство «Дагестан»

Контрольные вопросы:

1. Исторические условия возникновения информационного агентства РИА «Дагестан».
2. Целевая аудитория РИА «Дагестан».
3. Сайт РИА «Дагестан» - один из самых популярных информационных ресурсов СКФО и ЮФО.
4. Первая пятерка самых цитируемых ресурсов в сети Интернет.

5. Образовательные технологии

Образовательный процесс по дисциплине строится на основе применения следующей комбинации методов преподавания: модульно-рейтинговое проблемное обучение и развивающее обучение. В связи с этим организация познавательной деятельности включает в себя элементы пассивного, активного и интерактивного обучения. В процессе реализации образовательных технологий предусмотрено возможное использование информационных технологий: предоставление информации, выдача рекомендаций по электронной почте, использование мультимедийных средств в лекционных и практических занятиях и т.д.

Кроме того, в рамках преподавания дисциплины «Информационные агентства» используются следующие методы: работа в малых группах, деловые и имитационные игры, групповые дискуссии.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Общий объем самостоятельной работы магистрантов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу магистрантов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения контрольных заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой контрольных материалов, которая включающих два варианта, в каждом из которых 10 заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к устным докладам (мини-выступлениям);
- подготовка презентаций.

По каждой теме дисциплины предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельной работы, т. е. чтение конспектов лекций, разработка реферативного сообщения, подготовка ответов на контрольные вопросы, подготовка мультимедийных презентаций. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, анализ и моделирование коммуникативно-речевых ситуаций, тренинги.

Подготовка и проведение лекций, семинарских и практических занятий должны предусматривать определенный порядок.

Для подготовки к семинарскому занятию преподаватель должен определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную и периодическую литературу, рассказать о порядке и методике его проведения.

Методы проведения семинаров весьма разнообразны и могут применяться в различных сочетаниях. Наиболее распространенными являются: эвристическая беседа, дискуссия, сообщения по отдельным теоретическим вопросам, реферирование, выполнение контрольных работ, и др.

Важное место занимает подведение итогов семинарского занятия: преподаватель должен не только раскрыть теоретическое значение обсуждаемых проблем, но и оценить слабые и сильные стороны выступлений.

Тема	Количество часов	Виды самостоятельной работы
Модуль 1. Мировые информационные агентства		
Мировые информационные агентства	6	Реферирование рекомендованной литературы
Основные потоки современного международного	6	Подготовка докладов, сообщений, рефератов

родного информационного и коммуникационного пространства		
Информационные агентства России	6	Подготовка докладов, рефератов
Итого по модулю 1:	18	
Модуль 2. Современная фабрика информации		
ИТАР-ТАСС – современная фабрика информации	6	Подготовка докладов, сообщений
РИА «Дагестан»	6	Подготовка сообщений, рефератов
Итого по модулю 2:	12	
Итого:	30	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПО-ОП (при наличии))	Планируемые результаты обучения	
ОПК – 4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает: методы анализа потребностей общества и интересов аудитории для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты. Умеет: интерпретировать данные	Устный опрос, письменный опрос

	ОПК – 4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. Владеет: методами прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Умеет: использовать знания основных характеристик целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Владеет: способностью использовать свои знания и умения в профессиональной деятельности.	
ПК-5. Способен системно выстраивать производственный процесс выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных техно-	ПК-5.1. Ставит профессиональные задачи журналистам.	Знает: профессиональные задачи Умеет: ставить профессиональные задачи Владеет: способностью донести профессиональные задачи до журнали-	Устный опрос, письменный опрос

ЛОГИЙ		СЛОВ	
	ПК-5.2. Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов	Знает: качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов. Умеет: создавать журналистские тексты Владеет: способностью контролировать качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов	
	ПК-5.3. Выверяет соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы	Знает: этические нормы Умеет: выверять соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы Владеет: навыками проверки соблюдения профессиональных этических норм на всех этапах работы.	Рефераты, доклады
	ПК-5.4. Определяет дедлайны и отслеживает их соблюдение.	Знает: дедлайны Умеет: определять дед-лайны Владеет: способностью определять и отслеживать дед-	

		лайны	
--	--	-------	--

7.2. Типовые контрольные задания

Примерные вопросы к зачету

1. Информационные агентства.
2. Мировые информационные агентства.
3. Ведущие агентства России.
4. Региональные информационные агентства.
5. Типология информационных агентств.
6. Исторические и экономические условия создания первого российского информационного агентства.
7. РОСТА – информационное агентство новой России после Октября 1917 года.
8. ТАСС – информационное агентство Советского Союза. Положение агентства среди других мировых агентств.
9. Совинформбюро – источник информации о СССР и положении на фронтах второй мировой войны.
10. Значение информационных агентств в современном информационном пространстве мира.
11. Условия конкуренции на рынке информации в России.
12. Современные информационные потоки ИТАР-ТАСС.

Примерные вопросы к контрольной работе

1. Крупнейшие информационные агентства США.
2. Основные английские информационные агентства.
3. Основные французские информационные агентства.
4. Информационные агентства советской России.
5. Информационные агентства современной России.
6. Пресс-релиз как жанр текста
7. Редактирование пресс-релизов

Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы мини-выступлений)

1. Функции и принципы работы информационных агентств
2. История возникновения мировых информационных агентств
3. Характеристики международного информационного и коммуникационного пространства
4. История возникновения информационных агентств в России
5. Работа информационных агентств России в XXI веке.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля 30% и промежуточного контроля 70%

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 1 балл
- участие в практических занятиях – 5 баллов
- выполнение лабораторных заданий – 10 баллов
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ – 10 баллов

Промежуточный контроль по дисциплине включает: устный опрос – 70 баллов.

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

Основная литература:

1. Корконосенко С.Г. Введение в журналистику: учебное пособие / С. Г. Корконосенко. - 2-е изд., стер. М.: Кнорус, 2016.
2. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция: Монография / Е.А.Баранова - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=512258>

3. Телевизионная индустрия США: Учебное пособие / А.С. Зубок. - М.: НИЦ ИНФРА-М: Вузовский учебник, 2015. - 256 с. Электронный ресурс. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=479956>

Дополнительная литература:

1. Кузьмина М.Ю. Информационные агентства: методические рекомендации для обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика» (магистратура). – Ульяновск: УлГПУ, 2016.

2. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Электронный ресурс.- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415337>

3. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики: учеб. комплект : учеб. пособие: хрестоматия / И.В. Кузнецов. М.: Флинта : Наука, 2002.

Интернет-ресурсы:

Британский фонд, работающий с журналистами -

<http://www.thomsonfoundation.co.uk/>

BBC Russian - www.news.bbc.co.uk/hi/russian/news/default.stm

Комитет защиты журналистов - <http://www.cpj.org/>

Международная федерация журналистов - <http://www.ifj.org/>

Нью-Йорк Таймс, тренинги и обучение - www.nytimes.com/learning

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**«Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Студенты имеют доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека- online»
www.biblioclub.ru

Электронно-библиотечная система <http://www.iprbookshop.ru/8846.html>

1.1. Образовательный портал ДГУ Ибрагимовой П.А.
<http://edu.dgu.ru/user/profile.php?id=11489>

Образовательный блог Ибрагимовой П.А. <http://mir-juornalist.blogspot.com/>

Электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – Москва, 1999. Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный <http://zhurfak.edu.by>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

По каждой теме дисциплины предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельной работы, т. е. чтение конспектов лекций, разработка реферативного сообщения, подготовка ответов на контрольные вопросы, подготовка мультимедийных презентаций. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, анализ и моделирование коммуникативно-речевых ситуаций, тренинги.

Подготовка и проведение лекций, семинарских и практических занятий должны предусматривать определенный порядок. Для подготовки к семинарскому занятию необходимо определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную и периодическую литературу, рассказать о порядке и методике его проведения.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, публичных выступлений, ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Основным методом обучения является самостоятельная работа магистрантов с учебно-методическими материалами, научной литературой.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для достижения поставленных образовательных целей применяются следующие информационные технологии:

- представление учебников и другого печатного материала
- работа в электронной библиотеке
- самостоятельная работа с использованием интернет - тренингов
- электронные (компьютерные) образовательные ресурсы

В процессе самообучения студенты могут использовать печатные издания, электронные учебники и CD –ROM-учебники, различные словари, видеоматериалы и видеоархивы. Электронные библиотеки и базы данных позволят студентам получить дополнительную информацию.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса необходимо иметь компьютерные и информационно-коммуникативные средства и технические средства обучения:

- специализированные залы для проведения лекций;
- специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами;
- персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.