

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

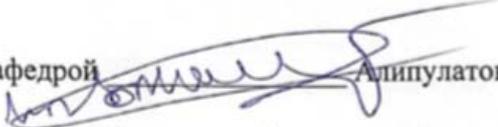
Статус дисциплины:
входит в обязательную часть ОПОП

Махачкала, 2021

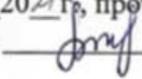
Рабочая программа дисциплины «Информационные агентства» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень – магистратура) от «7» июня 2021 г. № 529.

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

Рабочая программа дисциплины одобрена: на заседании кафедры электронных СМИ от «30» июня 2021 г., протокол № 10

Зав. кафедрой  Алипулатов И.С.

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «5» июня 2021 г., протокол № 11.

Председатель  Горбанева А.Н.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «9» июня 2021 г.

Начальник УМУ  Гасангаджиева А.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:

Учебно-методическая платформа:

- 1.Образовательный блог «Журналистика» <http://mir-juornalist.blogspot.com>
- 2.Система виртуального обучения MOODL «Информационные агентства» 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 промежуточной аттестации (зачет, диффе-
	в том числе		
	Контактная работа обучающихся с преподавателем	СРС, в том	
	из них		

	Все го	Лекц.	Лаб. за- нятия	Практ. занятия	КСР	кон- суль- тации	числе экзамен	ренцирован- ный зачет, эк- замен
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	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

<p>спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК – 4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p>на медиатексты и медиапродукты. 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</p> <p>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.</p>
<p>ПК-5. Способен системно выстраивать производственный процесс выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий</p>	<p>ПК-5.1. Ставит профессиональные задачи журналистам.</p>	<p>Знает: профессиональные задачи Умеет: ставить профессиональные задачи Владеет: способностью донести профессиональные задачи до журналистов</p>

	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	Неделя	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)

				Лекции	Практиче- ские занятия	Лаборатор- ные занятия	Контроль са- мост. раб.		Форма промежу- точной аттеста- ции (по семест- рам)
Модуль 1. Мировые информационные агентства									
1	Мировые информа- ционные агентства			2	4			6	Устный опрос, письменный опрос
2	Основные потоки современного меж- дународного ин- формационного и коммуникацион- ного 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 – со- временная 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 инфор- мационные источники зарубежных СМИ.

Содержание темы.

Мировые информационные агентства – крупнейшие информационные источники зарубежных СМИ. Роль информационных агентств в создании гло-
бального информационного пространства. «Ассошиэйтед Пресс» – «АП».

Крупнейшее информационное агентство США. «Юнайтед Пресс Интернешнл» – «ЮПИИ». 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. Необходимость 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 «Дагестан» – 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 медиапространства
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 информационного и коммуникационного пространства	6	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
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 ПООП (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 ОПК – 4.2.	Знает: методы анализа потребностей общества и интересов аудитории для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты. Умеет: интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. Владеет: методами прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые журналистские	Устный опрос, письменный опрос

	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	<p>тексты и (или) продукты</p> <p>Знает: основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p> <p>Умеет: использовать знания основных характеристик целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p> <p>Владеет: способностью использовать свои знания и умения в профессиональной деятельности.</p>	
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.	<p>Знает: профессиональные задачи</p> <p>Умеет: ставить профессиональные задачи</p> <p>Владеет: способностью донести профессиональные задачи до журналистов</p>	Устный опрос, письменный опрос
	ПК-5.2. Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов	<p>Знает: качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов.</p> <p>Умеет: создавать журналистские тексты</p> <p>Владеет: способностью контролиро-</p>	

		вать 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 до-

ступа: <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.