

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики
Учебно-методическое объединение университетов РФ
по Центральной и Центрально-Чернозёмной России

УМО-регион

Сборник информационных
и научно-методических материалов
Выпуск № 10

Под ред. доц. Е.М. Бебчук

Воронеж
2010

УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. / Отв. ред. доц. Бебчук Е.М. — Факультет журналистики ВГУ. — Воронеж, 2010. — 60 с.

Сборник содержит материалы, подготовленные к ежегодному заседанию региональной секции УМО по журналистике.

© Коллектив авторов

© Факультет журналистики ВГУ

ОТ РЕДАКТОРА-СОСТАВИТЕЛЯ

Уважаемые коллеги!

В 2010 году Учебно-методическому объединению университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России исполняется десять лет. В течение этого времени на наших встречах мы обсуждали актуальные вопросы журналистского образования. Ежегодные сборники нашего объединения имели четкую тематическую направленность. В разные годы центральными становились то методические проблемы — опыт проведения практических и лабораторных занятий по основным профессиональным курсам, особенности проведения спецкурсов и спецсеминаров в рамках специализаций, организация и проведение практик; то мы делились друг с другом опытом работы кафедр, обеспечивающих специальность «Журналистика»; то обсуждали особенности взаимодействия с работодателем, перспективы развития журналистского образования в рамках Болонского процесса, проблемы медиаобразования. Словом, всегда в центре наших интересов были насущные проблемы журналистского образования. И мы от души благодарим всех авторов, публиковавшихся в сборнике в разные годы.

Вашему вниманию предлагается десятый (юбилейный!) номер сборника информационных и научно-методических материалов «УМО-регион». Тема его на сегодняшний день самая актуальная: переход на стандарты третьего поколения. С 1 сентября 2011 года произойдут кардинальные изменения в подготовке журналистов — вузы прекратят набор студентов на специальности и начнут готовить бакалавров и магистров. В этих условиях задача нашего сообщества сделать все для того, чтобы подготовка обучающихся по направлению «Журналистика» оставалась максимально качественной. Во многом это будет зависеть от содержания основных образовательных программ, которые нам необходимо разработать в ближайшее время. На страницах сборника предлагается обсудить варианты основных образовательных программ, выработать методику их составления, выявить «подводные камни», встречающиеся при разработке новых учебных планов. В сборнике представлены учебные планы по направлению «Журналистика» для подготовки бакалавра и магистра, а также учебные планы по «смежному» направлению — «Реклама и связи с общественностью».

Как всегда, мы ждем ваших откликов на предложенные материалы.

Наш адрес: bebchuk@jour.vsu.ru.

**Владимир Тулунов, профессор,
декан факультета журналистики ВГУ**

КАК ЭФФЕКТИВНО ДЕЙСТВОВАТЬ В ПРЕДЛАГАЕМЫХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ

Переход на двухступенчатую систему подготовки студентов до сих пор дискутируется. Но поскольку с 1 сентября следующего года все вузы обязаны перейти на направления, предполагающие обучение бакалавров и магистров, придётся действовать в предлагаемых обстоятельствах, находя и реализуя преимущества нового варианта ВПО. Предпримем такую попытку, опираясь на идеи декана экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова В. Колесова, опубликованные в журнале «Высшее образование в России».

Если считать, что любая ступень образования, став всеобщей, резко повышает спрос на образование следующей ступени, то очевиден вывод: необходимо развивать магистерские программы. К ним мы ещё вернёмся, а пока констатируем следующий важный момент: в связи с низким качеством школьного образования в обществе вызрела потребность во всеобщем массовом высшем образовании: *«...развитие высшего образования определяется не потребностью общества в специалистах, а социальным спросом на него, во все большей мере безотносительно к профессии»*. То есть вузы — по крайней мере, при подготовке бакалавров — призваны по преимуществу выполнять социальную функцию: *«...готовить образованного гражданина, критически мыслящую личность, которой не чужды культурные нормы, демократические ценности, этические принципы, гуманистические взгляды и жизненные установки, формирующие социальную ткань гражданского общества»*. На первой ступени важно формировать такие качества студента, как креативность, *«умение работать в команде, адаптироваться к переменам, анализировать важнейшие вопросы и проблемы, помещать факты в более широкий контекст, привычка к непрерывному обучению и многое другое»*. Таким образом, в течение четырёх лет мы должны ориентировать студентов на достаточно широ-

кую область профессиональной деятельности, называемую журналистикой. (В скобках заметим, что так, собственно, происходило прежде: на первых двух курсах студенты получали базовые знания, а с третьего курса выбирали ту или иную специализацию)

Но массовое высшее образование следует рассматривать не только как преимущество (стабильный приём в вузы), но и как угрозу. Возможность обучаться на договорной основе (в чём очевидно заинтересованы вузы, которым грозит переход в статус автономных образовательных учреждений) позволит стать студентом почти каждому старшекласснику. И значит, вузовским преподавателям придётся поначалу обучать не столько профессии, сколько подтягивать знания младшекурсников. В нашем случае — повышать нормативную грамотность и общий культурный уровень.

Вторая — магистерская — ступень предполагает специальную профессиональную подготовку на базе программ бакалавров любого направления. Предполагается, что в скором будущем нормой *«станет трудовая деятельность выпускников бакалаврского цикла на производстве и возвращение их два-три года спустя на магистерский цикл — обдуманное и взвешенное с точки зрения профессионального выбора»*. Конечно, если сотрудник редакции через какое-то время решает повысить свою квалификацию (а идея «пожизненного» образования, где базовое образование уровня бакалавра вначале дополняется магистерским, а затем программами дополнительного образования, является одной из ключевых в новой системе) и поступает в магистратуру того же направления, эффективность обучения очевидна. За спиной — базовые знания, проверка теории практикой, впереди — обучение на программе, связанной с более узкими профессиональными интересами, той самой специализацией (журналист деловой прессы, телередактор, радиоведущий, медиаменеджер и т.д. и т.п.). А если в магистратуру по журналистике поступает бакалавр-биолог, бакалавр-физик, бакалавр-юрист?.. То, что он сдаёт вступительный экзамен по программе выпускного государственного экзамена бакалавра-журналиста, ситуацию не спасает — абитуриент сможет продемонстрировать лишь теоретические знания... Выхода два. Первый — обучение на специальных курсах факультетов журналистики, второй — параллельное обучение на бакалаврской журналистской программе и вне-

штатное сотрудничество с редакциями СМИ (второй вариант труден, затратен, да и требует нормативно-правового обеспечения).

Понятно, что две ступени образования потребуют дифференциации методик: *«В структуре знаний, получаемых магистрами, вместо знаний-знакомств, характерных для программы бакалавров, значительное место занимают знания-умения и знания-трансформации с весьма значительным творческим компонентом»*. Следует признать, что малочисленные магистерские группы (5-6 человек) действительно позволяют реализовать потребность в индивидуализации обучения, в отборе и углубленной подготовке одаренных студентов, своеобразной селекции, в том числе и для подготовки будущих преподавателей журналистики — имеется в виду ещё более продвинутый аспирантский модуль подготовки элиты аналитиков и исследователей.

Понятно, что не каждый вуз может открыть магистратуру. Для этого необходим солидный кадровый состав, соответствующее учебно-методическое обеспечение, научные традиции (научная школа) и мощная материально-техническая база. То есть право готовить магистров-журналистов надо ещё завоевать, причём не формально, представив в Министерство соответствующие документы, а реально: ведь требования магистров к учебному плану, рабочим программам, формам обучения очень высоки. Кстати, эти программы обречены быть междисциплинарными, что означает объединение усилий не только кафедр, но и различных факультетов («Деловая журналистика», «Правовая журналистика», «Научная журналистика» и т.п.).

«Есть основания полагать, что двухступенчатая система окажется более эффективной и в экономическом отношении. Существующая сегодня невостребованность большого числа узких специалистов массовых профессий означает неэффективность затрат на их подготовку, т.к. обученный какому-то делу человек не использует полученную компетенцию, а в другом деле он заведомо менее эффективен. Высшая школа как бы не отрабатывает выделяемые ей ресурсы. Это, кстати, частично объясняет, почему общество упорно держит её на весьма скромном пайке. Двухступенчатая система будет более привлекательной в глазах работодателей, которые охотнее будут оплачивать специальные магис-

терские программы. С переходом на двухступенчатую систему изменится, таким образом, сам характер финансирования вузов, более разнообразными станут его источники».

Прогноз экономиста звучит оптимистично. Принимая его на веру, утвердимся в одном: только от нас самих зависит престиж журналистского образования. Профессия журналиста должна сохраниться, в том числе и благодаря нашим, совместным усилиям.

УЧЕБНЫЕ ПЛАНЫ

**Е.М. Бебчук, доцент,
зам. декана факультета журналистики ВГУ**

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СОСТАВИТЕЛЯМ УЧЕБНЫХ ПЛАНОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТКА»

Учебные планы, составленные в соответствии со стандартами третьего поколения, принципиально отличаются от планов прошлых лет, во-первых, компетентностным, во-вторых, модульным подходом. При подборе дисциплин необходимо исходить из того, какие компетенции они будут формировать. Модульный подход предполагает выстраивание преподаваемых курсов в соответствии с логикой развития того или иного модуля. Например, сначала история (общий курс), затем история русской и зарубежной литературы, спецкурс по новейшей истории, история отечественной и зарубежной журналистики, современные отечественные и зарубежные СМИ. Так, к примеру, выглядит исторический модуль.

Во ФГОСе ВПО указано, что учебный год должен состоять из 60 зачетных единиц. Мы старались и каждый семестр сформировать в объеме 30 зачетных единиц, хотя это требование не является обязательным. Такой подход позволяет распределить нагрузку равномерно.

Во ФГОСе сказано, что вуз обязан предоставить студенту право формировать индивидуальную программу обучения. Сделать это возможно только за счет курсов по выбору студента. Документ предупреждает, что таких дисциплин должно быть *не менее трети* от всех дисциплин вариативной части блоков Б.1, Б.2, Б.3. В представленном ниже учебном плане такие дисциплины составляют 30 %, а с учетом профилей, которые являются модификацией специализаций, этот процент увеличивается.

Трудности, с которыми придется столкнуться.

1. В блоке Б.3 в базовую часть включены 24 дисциплины. А максимальное число кредитов — 85. В результате на традиционные журнали-

стские курсы выделяется значительно меньшее число аудиторных часов, чем было предусмотрено в планах специальности. Выход — компенсация в профильной части недостающих по конкретной дисциплине часов. Так, дисциплины «История отечественной журналистики» и «История зарубежной журналистики» можно продолжить курсами «Современные отечественные СМИ» и «Современные зарубежные СМИ», дисциплину «Стилистика и литредактирование» — курсом «Речевая культура журналиста» и т.п.

2. Курсы по выбору в цикле профессиональных дисциплин, на наш взгляд, не должны быть выставлены хаотично: их назначение — работать на индивидуальную программу студента в соответствии с выбранным профилем. Поэтому в каждом блоке курсов по выбору студента представлены дисциплины в соответствии с профилями учебной программы. В нашем случае имеют место быть три профиля: «Периодическая печать», «Телевидение и радиовещание», «Реклама и паблик рилейшнз». Студент вправе составить свой, индивидуальный, набор дисциплин, но преподаватель обязан помочь ему в выборе, подказав курсы, углубляющие профильную подготовку. Так, в представленном ниже учебном плане желательно, чтобы студент, обучающийся по профилю «Реклама и паблик рилейшнз», выбрал для себя из разных блоков следующие курсы: «Политические технологии в СМИ», «МК и медиапланирование», «Создание PR-текста», «Создание рекламного текста», «Изображение в рекламе», «Консалтинг в СО». Обучающимся по профилю «Периодическая печать» подойдут курсы: «Религиозная печать», «Особенности региональной прессы», «Западная коммуникативистика», «Зарубежные информагентства», «Поэтика публицистического текста», «Эмигрантская печать», «Расследовательская журналистика». Желательно, чтобы обучающиеся по профилю «Телевидение и радиовещание» предпочли выбрать дисциплины: «Интерактивная журналистика», «Монтаж теле- и радиопрограмм», «Диалог в эфире», «Сценарий на ТВ и РВ», «Информационная теле- и радиожурналистика». В любом профиле будут уместны курсы, связанные с цифровой фотографией и речевым воздействием.

3. Желательно сохранить для курсов, которые читаются в соответствии с планами специальностей и одновременно представлены в новом учебном плане бакалавра, те же семестры. Иначе преподаватель

(кафедра) в течение 1-3 лет будут или лишены нагрузки (в случае постановки курса на более позднее время), или получают двойную нагрузку (в случае постановки дисциплины на более раннее время).

4. Особого внимания заслуживает размещение в ООП практики. Одна неделя практики равна 1,5 зачетной единицы. В связи с этим на практику удобно выделять кредиты, кратные 1,5 – 3, 6, 9. Использовать дробные числа не представляется целесообразным из-за трудности, возникающей при расчете общего объема зачетных единиц в семестр.

Воронежский государственный университет
Примерный учебный план бакалавра
по направлению 030600 «Журналистика»

№№ п/п	Наименование циклов, дисциплин, практик	Общая трудоемкость		Распределение по семестрам										Формы атт.	
		В зач. ед.	В часах	1	2	3	4	5	6	7	8				
	Гуманитарные, социальные и экономические дисциплины	50	1800												
	Базовая часть	33	1188												
1	Философия	4	144				4								Экз.
2	Культурология	2	72										2		Зач.
3	История (включая отечественную* историю и новейшую историю)	4	144		4										Экз.
4	Правоведение	2	72						2						Зач.
5	Социология	2	72						2						Экз.
6	Политология	2	72						2						Зач.
7	Психология	2	72			2									Экз.
8	Основы экономики	3	108			3									Экз.
9	Иностранный язык	12	432	4	4	2	2								Зач. Экз.

	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента	17	612																
10	История искусства	3	108											3					Экз.
11	Этика и аксиология	2	72	2															Зач.
12	Религиоведение	2	72											2					Зач.
13	Социальная психология	2	72			2													Зач.
14	Конфликтология	2	72											2					Зач.
	Дисциплины по выбору: Выбор (2 из 3):	4	144					4											Зач.
15	Международные отношения																		
16	Внешнеполитическая деятельность России																		
17	Современный исторический процесс																		
18	Выбор (1 из 2): Глобализация	2	72										2						Зач.
19	Проблемы изучения масскультуры																		
	Математические и естественнонаучные дисциплины	8	288																
	Базовая часть	6	216																
20	Современные информационные технологии	4	144	2	2														Экз.
21	Концепции современного естествознания (включая экологию)	2	72							2									Зач.
	Вариативная часть	2	72																
22	Компьютерная верстка	2	72			2													Зач.
	Цикл профессиональных дисциплин	149	5364																
	Базовая (общепрофессиональная) часть	85	3060																

23	Введение в теорию литературы	2	72	2															Зач.
24	История отечественной* литературы	8	288	2	2	2	2												Зач. Экз.
25	История зарубежной литературы	8	288	2	2	2	2												Зач. Экз.
26	История отечественной* журналистики	4	144						2	2									Зач. Экз.
27	История зарубежной журналистики	4	144						2	2									Зач. Экз.
28	Современный русский (родной) язык	14	504	3	2	3	4	2											Зач. Экз.
29	Стилистика и литературное редактирование	4	144					4											Экз.
30	Логика	2	72					2											Зач.
31	Введение в специальность	2	72	2															Зач.
32	Основы журналистской деятельности	8	288	2	2	4													Зач. Экз.
33	Система СМИ	2	72	2															Зач.
34	Осн. теории журналистики	2	72	2															Экз.
35	Осн. теории коммуникации	2	72						2										Экз.
36	Техника и технология СМИ	3	108	1	2														Экз.
37	Правовые основы журналистики (включая: Международное гуманитарное право и СМИ)	2	72										2						Экз.
38	Профессиональная этика журналиста	2	72		2														Зач.
39	Социология журналистики	2	72										2						Экз.
40	Психология журналистики	2	72										2						Экз.
41	Экономика и менеджмент СМИ	2	72										2						Экз.
42	Основы рекламы и публик рилейшнз в СМИ	2	72					2											Зач.

43	Безопасность жизнедеятельности журналиста	2	72			2							Зач.
44	Профессионально-творческий практикум	2	72							2			Зач.
45	Выпуск учебных СМИ (газеты, радио-, телепередачи)	2	72			2							Зач.
46	Фотодело	2	72	2									Зач.
	Вариативная (профильная) часть	64	2304										
47	Современные зарубежные СМИ	2	72									2	Экз.
48	Риторика	2	72									2	Зач.
49	Актуальные проблемы современности и журналистика	2	72									2	Зач.
50	Речевая культура журналиста	2	72						2				Экз.
51	Стилистика жанров	2	72							2			Зач.
52	Современные отечественные СМИ	2	72							2			Экз.
53	Основы ТВ и РВ	4	144			4							Экз.
54	Интернет-журналистика	2	72			2							Зач.
55	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности	2	72						2				Экз.
56	Творческие студии	6	216						2	4			Зач.
	Дисциплины по выбору: Выбор (3 из 7):	6	216								6		Зач.
57	Религиозная печать												
58	Особенности региональной печати												
59	Техника и технология цифровой фотографии												
60	Интерактивн. журналистика												
61	Политические технологии в СМИ												

62	МК и медиапланирование										
63	Выбор (1 из 2): Речевое воздействие	2	72				2				Зач.
64	Деловое общение										
	Выбор (2 из 6):	4	144				4				Зач.
65	Запад. коммуникативистика										
66	Зарубеж. информагентства										
67	Сценарий на ТВ и РВ										
68	Монтаж ТВ- и РВ-программ										
69	Создание PR-текста										
70	Создание рекламного текста										
	Выбор (3 из 7):	6	216				6				Зач.
71	Поэтика публицистического текста										
72	Эмигрантская печать										
73	Информационная теле- и радиожурналистика										
74	Диалог в эфире										
75	Компьютерный дизайн										
76	Изображение в рекламе										
77	Консалтинг в СО										
	Профили:										
	Профиль 1. <i>Периодическая печать</i>										
78	Типология газетной и журнальной прессы	4	144				4				Экз.
79	Актуальные проблемы современной аналитической журналистики	4	144				4				Экз.
80	Документальный образ в публицистике	4	144				4				Экз.
81	Тенденции современного пресс-дизайна	4	144				4				Экз.

82	Язык газетной и журнальной прессы	4	144							4	Экз.
	Профиль 2. <i>Телевидение и радиовещание</i>										
83	Методика и технология ТВ и РВ	4	144			4					Экз.
84	Мастерство теле- и радиожурналиста-аналитика						4				
85	Документально-художественные жанры ТВ и РВ	4	144					4			
86	Телерадиодраматургия								4		Экз.
87	Техника речи на ТВ и РВ	4	144							4	Экз.
	Профиль 3. <i>Реклама и публичное выступление</i>										
88	Практика рекламы и связей с общественностью	4	144			4					Экз.
89	Реклама и связи с общественностью в сфере применения	4	144				4				
90	Менеджмент и правовое регулирование в рекламе и СО	4	144					4			Экз.
91	Психологический аспект в рекламе и организация рекламной и СО-деятельности	4	144						4		Экз.
92	Особенности языка рекламы и СО	4	144							4	Экз.
	Практики	21									
	Базовые общепрофессиональные практики: учебно-ознакомительная, 1 и 2 производственные, преддипломная				6	6	6			3	
	Итоговая государственная аттестация	10								10	

Дополнительные программы обучения (физическая культура)	2		2									
Общая трудоемкость основной образовательной программы	240	8640	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

Экзамены, зачеты и курсовые работы входят в общую трудоемкость по дисциплине

Бюджет времени в неделях

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Учебная практика	Производственная практика	Итоговая государственная аттестация	Ка-ни-кулы	Всего
I	34	6	4			8	52
II	34	6		4		8	52
III	34	6		4		8	52
IV	30	5		2 (преддипломная)	7	8	52
Итого	132	23	4	10	7	32	208

Учебная практика 2 семестр
 Производственные практики 4, 6 семестр
 Преддипломная практика 8 семестр
 Государственный экзамен
 Подготовка выпускной квалификационной работы
 Итоговая аттестация 8 семестр

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (в зачетных единицах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии 209
 Практики 21
 Итоговая государственная аттестация 10
 Итого: 240

**Примерный учебный план бакалавра
по направлению 030601 «Реклама и Связи с общественностью»**

№ п/п	Наименование циклов, дисциплин, практик	Общая трудоём- кость		Распределение по семестрам									
		В зач. ед.	В ч а - сах	Зачетные единицы								Формы аттест.	
				1	2	3	4	5	6	7	8		
	Гуманитарные, соци- альные и экономичес- кие дисциплины	65	2340										
	Базовая часть	31	1116										
1	История России	4	144	4									Экз.
2	Философия	4	144				4						
3	Иностранный язык	8	288	2	2	2	2						Зач. Экз.
4	Русский язык и культура речи	8	288	4	4								Зач. Экз.
5	Культурология	2	72							2			Зач.
6	Психология	2	72			2							Зач.
7	Экономика	3	108			3							Экз.
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по вы- бору студента	34	1224										
8	Политология	2	72					2					Зач.
9	Правоведение	2	72					2					Зач.
10	Социология	2	72					2					Экз.
11	Стилистика и литератур- ное редактирование	12	432			4	4	4					Зач. Экз.
12	Иностранный язык в сфере профессиональ- ной деятельности	4	144					2	2				Зач. Экз.
	Дисциплины по выбору студента												

	Дисциплина по выбору из:	8	288	4	4															Зач. Экз.		
13	История русской и зарубежной литературы																					
14	История искусства																					
	Дисциплина по выбору из:	2	72																		Зач.	
15	Социальная психология																					
16	Психология личности																					
	Дисциплина по выбору из:	2	72																		2	Зач.
17	История СМИ																					
18	Религиоведение																					
	Математические и естественнонаучные дисциплины	10	360																			
	Базовая часть																					
19	Математика и статистика	4	144	4																		Экз.
20	Компьютерные технологии и информатика	6	216	2	2	2																Зач. Экз.
	Цикл профессиональных дисциплин	125	4500																			
	Базовая (общепрофессиональная) часть	56	2016																			
21	Основы теории коммуникации	4	144	4																		Экз.
22	Социология массовых коммуникаций	3	108								3											Экз.
23	Психология массовых коммуникаций	3	108								3											Экз.
24	Теория и практика массовой информации	15	540																			
	1. Теория и методика журналистского творчества					2	2	4														Зач. Экз.
	2. Основы теории журналистики					2																Зач.

	3.Техника и технология СМК			1	2								Зач.
	4. Система СМИ			2									Экз. Зач.
25	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	15	540	3	4	4	4						Экз.
26	Основы менеджмента	3	108						3				Экз.
27	Организация работы отделов по связям с общественностью	4	144						4				Экз.
28	Основы маркетинга	3	108						3				Экз.
29	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	4	144						4				Экз.
30	Безопасность жизнедеятельности	2	72		2								Зач.
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента	69	2484										
31	История рекламы и СО	2	72					2					Экз.
32	Управление общественным мнением	2	72						2				Зач.
33	Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе	5	180			3	2						Зач. Экз.
34	Реклама и связи с общественностью в сфере применения	4	144			2	2						Зач. Экз.
35	Медиа-рейтинги	2	72						2				Зач.
36	Основы бренд-менеджмента	2	72						2				Экз.
37	МК и медиапланирование	2	72							2			Зач.
38	Правовое регулирование в рекламе и СО	4	144						4				Экз.
39	Конфликтология	2	72								2		Зач.

40	Речевое воздействие в рекламе и СО	2	72					2				Зач.
41	Риторика	2	72					2				Зач.
	Профиль 1 «Креатив в рекламе и связях с общественностью»											
42	Разработка рекламного и СО-продукта	4	144						4			Экз.
43	Технология производства в рекламе и СО	4	144						4			Экз.
44	Информационные технологии в рекламе и СО	4	144			4						Экз.
45	Деловое общение	4	144					2	2			Экз.
	Дисциплины по выбору студента											
	<i>Дисциплина по выбору (2 из 3):</i>	4	144	4								Зач.
46	Композиция											Зач.
47	Реклама на ТВ											
48	Консалтинг в СО											
	<i>Дисциплина по выбору (2 из 3):</i>	4	144						4			Зач.
49	История стилей											Зач.
50	Реклама на РВ											
51	Методы КСИ											
	<i>Дисциплина по выбору (2 из 3):</i>	4	144							4		Зач.
52	Фотография в рекламе и СО											Зач.
53	Реклама в интернете											
54	Терминология деловой деятельности											
	<i>Дисциплина по выбору (2 из 3):</i>	4	144							4		Зач. Зач.

55	Печатная полиграфическая реклама												
56	Режиссура рекламы												
57	Психоанализ в рекламе и СО												
	<i>Дисциплина по выбору (2 из 3):</i>												
58	Наружная реклама												
59	Организация работы рекламной службы на ТВ и РВ												
60	Жанры и формы PR-текстов	4	144						4				Зач. Зач.
	<i>Дисциплина по выбору (2 из 3):</i>	4	144						4				Зач. Зач.
61	Практический копирайтинг												
62	Компьютерная реклама												
63	Организация массовых мероприятий												
	Физическая культура	2	72				2						
	Учебная и производственная практика	23	828										
64	НИР теоретического характера	8	288				8						
65	Практикоориентированная НИР	8	288						8				
66	Практика в профессиональной сфере	7	252								7		
	Итоговая государственная аттестация	15	540										
67	Государственный междисциплинарный экзамен	3	108								3		
68	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	12	432								12		

Общая трудоемкость основной образовательной программы	240	86	40	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
---	-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	--

Бюджет времени в неделях

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Учебная практика	Производственная практика	Итоговая государственная аттестация	Каулы	Всего
I	36	6				10	52
II	35	6	4			7	52
III	35	6		4		7	52
IV	30	3		2	7	10	52
Итого	136	21	4	6	7	34	208

Производственные практики

4,6 семестр

Преддипломная практика

8 семестр

Государственный экзамен

Подготовка выпускной

квалификационной работы

Итоговая аттестация

8 семестр

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (в зачетных единицах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии 202

Практики 23

Итоговая государственная аттестация 15

Итого: 240

**А.А. Давтян, к.ф.н.,
зам. декана
факультета журналистики ВГУ**

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И УЧЕБНОГО ПЛАНА МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТИКА» СОГЛАСНО ТРЕБОВАНИЯМ ФГОС ВПО ТРЕТЬЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Примерный учебный план был составлен, исходя из требований ФГОСа ВПО третьего поколения по направлению подготовки 031300 Журналистика (магистратура).

В отличие от ФГОСа второго поколения, где в структуру ООП магистратуры были включены такие блоки, как «Дисциплины направления», «Специальные дисциплины» и «дисциплины, входящие в магистерскую программу», ФГОСа третьего поколения предлагает два блока — это общенаучный цикл и профессиональный цикл. В отличие от блоков ГСЭ и ЕН бакалавриата общенаучный цикл ООП магистратуры больше рассчитан на получение профессиональных знаний. Изменения также коснулись таких формулировок, как «федеральный» и «национально-региональный (вузовский)» компоненты. Вместо них в новом стандарте значится «базовая часть», которая обязательна для всех вузов, готовящих магистров по направлению «Журналистика», и «вариативная часть», которая разрабатывается вузом самостоятельно.

Итак, в базовой части общенаучный цикл содержит 4 дисциплины: «Методология и методика медиаисследований», «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях», «Современные теории массовой коммуникации», «Философские основы науки и современного журнализма».

В связи с такой направленностью общенаучного цикла нами в рамках его вариативной части была предложена для обязательного изучения дисциплина «Психология и социология массовой коммуникации».

Здесь намечается некая преемственность дисциплин «Психология журналистики» и «Социология журналистики», которые изучаются журналистами в рамках бакалавриата и которые становятся основанием для дальнейшего освоения психологических и социологических знаний уже в области массовой коммуникации. Также в качестве обязательной в вариативную часть мы включили «Функциональный стиль массовой коммуникации», который в рамках модуля объединяется с дисциплиной «Язык и стиль СМИ» базовой части профессионального цикла и дисциплиной по выбору «Риторикой». Эти дисциплины позволяют овладеть инструментальной компетенцией (ОК-18).

В курсы по выбору вариативной части общенаучного цикла нами были включены «Риторика», «Межкультурная коммуникация», «Имиджелогия», «Информационная безопасность», «Современный литературный процесс», «Логика и теория аргументации», «Медиаобразование», «Политтехнологии». Все эти дисциплины, вне зависимости от выбора обучающегося, позволят ему овладеть не только общенаучными компетенциями, но и углубленными профессиональными компетенциями теоретико-концептуального характера.

Вариативная часть профессионального цикла полностью отдана под профили. Это объясняется тем, что в структуре ООП магистратуры достаточно подробно была проработана базовая часть профессионального цикла. В совокупности с общенаучным циклом она обеспечивает достаточный объем основных знаний по журналистике и массовой коммуникации. В соответствии с пунктом 6.2. ФГОСа вариативная часть составленного нами учебного плана дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин, с которыми дисциплины вариативной части могут объединяться в модули.

Всего в каждый магистерский профиль было включено 19 дисциплин, 16 из которых являются дисциплинами по выбору обучающегося. Согласно ФГОСу ООП магистратуры высшего учебного заведения должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее 30 % вариативной части обучения. Это требование стандарта было успешно выполнено. Более того, такое количество дисциплин было предложено сознательно, чтобы обучающиеся могли на деле убедиться, что у них есть реальная возможность выбора. Это, на наш

взгляд делает ООП магистратуры по журналистике довольно привлекательной для выпускников бакалавриата. Большой объем и тематическое разнообразие дисциплин вариативной части также позволяют без труда объединять их с дисциплинами базовых частей общенаучного и профессионального циклов, а также друг с другом, создавая полноценные модули. Так, например, «Медиаэкономика» может быть объединена в модуль с такими дисциплинами профилей, как «Бизнес-моделирование в СМИ» и «Продюсерская деятельность на телевидении». В модуль могут быть объединены такие дисциплины разных циклов, частей и профилей, как «Политтехнологии», «Имиджелогия», «Политическая реклама», «Политическая журналистика в отечественной и зарубежной практике», «Основы политической коммуникации», «Методика коммуникативной подготовки политика и бизнесмена», «Технология спичрайтинга» и др.

В учебном плане предусмотрена возможность применение инновационных технологий обучения, развивающих навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества. Это проведение занятий в интерактивной форме: организация групповых дискуссий, анализ деловых ситуаций и имитационных моделей, проведение ролевых игр, тренингов и др. А также преподавание авторских курсов по программам, составленным на основе результатов исследований научных школ вуза, учитывающих региональную и профессиональную специфику.

Согласно общим требованиям всех современных федеральных стандартов трудоемкость рассчитывается не в часах, а в зачетных единицах. Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам. Трудоемкость основной образовательной программы магистратуры по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам, а всего — 120 зачетным единицам. Мы их распределили по четырем семестрам равномерно, поэтому семестровая трудоемкость, как это видно в структуре учебного плана, составляет 30 зачетных единиц.

При составлении учебного плана мы исходили из того, что тип ООП магистратуры был выбран журналистский (формулировка из ФГОСа ВПО, п. 7.15), а не научно-исследовательский. Соответственно практика была определена как профессионально-творческая,

в нее вошли следующие блоки: «Подготовка медиа-продукции», «Участие в планировании и разработке кампаний в СМИ».

Так как научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры (см. п. 7.16 ФГОСа), то мы выделили для проведения социологических и научных исследований 5 зачетных единиц в четвертом семестре. В этом семестре наряду со сдачей государственного экзамена обучающимся предстоит подготовка и защита магистерской диссертации. На наш взгляд, НИР и подготовка к ВКР содержательно могут быть объединены в один модуль.

При работе над примерным учебным планом мы также учитывали то, что согласно стандарту максимальный объем учебной нагрузки обучающихся не должен превышать 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы. Мы также учитывали требование ФГОСа, чтобы общий объем каникулярного времени в учебном году составлял 7 – 10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

Примерный учебный план магистра по направлению «Журналистика»

№№ п/п	Наименование циклов, дисциплин, практик	Общая трудоем- кость		Семестры				Формы ат- тестаци- ции
		В зач. ед.	В ча- сах	1	2	3	4	
М.1	ОБЩЕНАУЧНЫЙ ЦИКЛ	25	900					
	Базовая часть	9	324					
1	Методология и методика медиаисследований	3	108			3		Экз.
2	Компьютерные техноло- гии в журналистике и на- учных исследованиях (включая технологии ана- лиза и обработки данных)	2	72		2			Зачет

3	Современные теории массовой коммуникации	2	72	2				Экзамен
4	Философские основы науки и современного журнализма	2	72		2			Зачет
	Вариативная часть (включая дисциплины по выбору обучающегося)	16	576					
	Психология и социология массовой коммуникации	4	144			4		Экзамен
	Функциональный стиль массовой коммуникации	4	144		4			Экзамен
	Дисциплины по выбору (2 из 8):	8	288	8				
	Риторика							Экзамен
	Межкультурная коммуникация							Экзамен
	Имиджология							Экзамен
	Информационная безопасность							Экзамен
	Современный литературный процесс							Экзамен
	Логика и теория аргументации							Экзамен
	Медиаобразование							Экзамен
	Политтехнологии							Экзамен
М.2	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ	45	1620					
	Базовая (общепрофессиональная) часть	15	540					
1	Журналистика как социокультурный феномен	2	72	2				Экзамен
2	Проблемы современности и повестки дня СМИ	2	72	2				Зачет
3	Современные медиасистемы	2	72		2			Зачет
4	Медиаэкономика	2	72			2		Экзамен
5	Деонтология журналистики	1	36	1				Зачет
6	Современный медиатекст	2	72	2				Зачет

7	Язык и стиль СМИ	2	72	2					Зачет
8	Иностранный язык	2	72	2					Зачет
	Вариативная часть (включая дисциплины по выбору обучающегося)	30	1080						
Профиль «Реклама и связи с общественностью»									
	Вариативная часть	6	216						
	Менеджмент в рекламе и СО	2	72	2					Экзамен
	Система современных видов рекламной и СО коммуникации	2	72	2					Экзамен
	Разработка рекламного и СО-продукта	2	72		2				Экзамен
	Дисциплины по выбору обучающегося	24	864						
	<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432		12				
	Бренд-менеджмент	2	72						Зачет
	Консалтинг в СО	2	72						Зачет
	Современная пресс-служба	2	72						Зачет
	Организация кампаний в сфере СО	2	72						Зачет
	Игровые технологии в рек- ламе и СО	2	72						Зачет
	Персоносфера рекламы	2	72						Зачет
	Наружная реклама	2	72						Зачет
	Политическая реклама	2	72						Зачет
	<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432		12				
	Коммерческая номинация	2	72						Зачет
	Корпоративные связи с об- щественностью	2	72						Зачет

	Коммуникация в точке реализации товаров и услуг	2	72						Зачет
	Реклама и СО в туризме	2	72						Зачет
	Социальная реклама	2	72						Зачет
	Дизайн в рекламе	2	72						Зачет
	Выставочная деятельность	2	72						Зачет
	Рекламная фотография	2	72						Зачет
Профиль «Функционирование телевидения и радиовещания»									
	Вариативная часть	6	216						
	ТВ и РВ журналистика в современном медийном пространстве	2	72	2					Экзамен
	Организация редакционной деятельности на радио и ТВ	2	72	2					Экзамен
	Технология креатива в теле- и радиожурналистике	2	72	2					Экзамен
	Дисциплины по выбору обучающегося	24	864						
	<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432		12				
	Маркетинговые коммуникации и электронные СМИ	2	72						Зачет
	Визуализация информации	2	72						Зачет
	Имидж ТВ ведущего	2	72						Зачет
	Операторское мастерство	2	72						Зачет
	Современные тенденции новостной и аналитической радиожурналистики	2	72						Зачет
	Современные тенденции новостной и аналитической тележурналистики	2	72						Зачет
	Звук на радио и ТВ	2	72						Зачет

Мастерство теле- и радиосценариста	2	72						Зачет
<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432			12			
Компьютерная графика и анимация	2	72						Зачет
Телевизионная режиссура	2	72						Зачет
Эфирная речь	2	72						Зачет
Конвергентная журналистика	2	72						Зачет
Визуализация информации	2	72						Зачет
Диалог в эфире (тренинг)	2	72						Зачет
Телевизионная и радиопублицистика	2	72						Зачет
Продюсерская деятельность на телевидении	2	72						Зачет
Профиль «Функционирование печати»								
Вариативная часть	6	216						
Организация редакционной деятельности в прессе	2	72	2					Экзамен
Тенденции развития мировой медиаиндустрии	2	72	2					Экзамен
Современная классификация газетных жанров	2	72		2				Экзамен
Дисциплины по выбору обучающегося	24	864						
<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432			12			
Аудитория печатных СМИ	2	72						Зачет
Техника и технология современной фотографии	2	72						Зачет
Современные тенденции в дизайне газеты	2	72						Зачет

	Моделирование и верстка печатного издания	2	72						Зачет
	Интернет-проекты периодических изданий	2	72						Зачет
	Социальная тематика печатных СМИ	2	72						Зачет
	Правовая тематика печатных СМИ	2	72						Зачет
	Политическая журналистика в отечественной и зарубежной практике	2	72						Зачет
	<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432			12			
	Медиакритика	2	72						Зачет
	Научная журналистика	2	72						Зачет
	Деловые печатные издания	2	72						Зачет
	Специфика производства журналов	2	72						Зачет
	Специфика производства газет разного типа	2	72						Зачет
	История региональной печати	2	72						Зачет
	Антропологическая публицистика	2	72						Зачет
	Бизнес-моделирование в СМИ	2	72						Зачет
Профиль «Коммуникативные технологии в бизнесе и политике»									
	Вариативная часть	6	216						
	Основы бизнес-коммуникации	2	72	2					Экзамен
	Основы политической коммуникации	2	72	2					Экзамен
	Методика коммуникативной подготовки политика и бизнесмена	2	72			2			Экзамен
	Дисциплины по выбору обучающегося	24	864						

	<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432		12			
	Технологии делового общения							Зачет
	Технология спичрайтинга							Зачет
	Технология аргументации, полемики и ведения дебатов							Зачет
	Технологии практической риторики							Зачет
	Современная пресс-служба							Зачет
	Политическая журналистика в отечественной и зарубежной практике							Зачет
	Анализ публичных текстов по искам об оскорблении, унижении чести и достоинства							Зачет
	Консалтинг в кризисных ситуациях							Зачет
	<i>Дисциплины по выбору (6 из 8):</i>	12	432		12			
	Корпоративная культура							Зачет
	Корпоративные СМИ							Зачет
	Политическая реклама							Зачет
	Политический и бизнес-консалтинг							Зачет
	Деловые печатные издания							Зачет
	Технологии возрастной, гендерной, групповой коммуникации							Зачет
	Современные виды СО-деятельности							Зачет
	Лингвокриминалистический анализ публичного текста							Зачет
М.3	ПРАКТИКА И НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА	25	900					

1	Подготовка медиа-продукции	10	360	5	5			
2	Участие в планировании и разработке кампаний в СМИ	10	360			10		
3	Проведение социологических и научных исследований	5	180				5	
М.4	ИТОГОВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	25	900					
1	Государственный экзамен по направлению подготовки	10	360				10	
2	Подготовка и защита магистерской диссертации	15	540				15	
	Всего	120	4320	30	30	30	30	

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (в зачетных единицах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии	70
Практики и научно-исследовательская работа	25
Итоговая государственная аттестация	25
Итого:	120

При дальнейшей детализации рабочего учебного плана необходимо помнить, что ООП магистратуры вуза должна включать лабораторные практикумы и/или практические занятия по дисциплинам базовой части (когда речь идет о технологии журналистского творчества, изучения языков, анализа контента, компьютерных технологий, прикладных дисциплин — фотодело, компьютерный дизайн), а также по дисциплинам вариативной части, программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся соответствующих умений и навыков.

Занятия лекционного типа в рамках учебного плана должны составлять не более 30 % аудиторных занятий.

Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения не должен превышать 18 академических часов.

Реализация основной образовательной программы магистратуры должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими

базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью. К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла должны быть привлечены не менее 15 % преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений. Не менее 80 % преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, должны иметь российские или зарубежные ученые степени и ученые звания, при этом ученые степени доктора наук или ученое звание профессора должны иметь не менее 12 % преподавателей.

**Примерный учебный план магистра
по направлению «Реклама и связи с общественностью»**

№№ п/п	Наименование циклов, дисциплин, практик	Общая трудоем- кость		Семестры				Формы ат- тестаци- и
		В зач. ед.	В ча- сах	1	2	3	4	
М.1	ОБЩЕНАУЧНЫЙ ЦИКЛ	7	252					
	Базовая часть	4	144					
1	Иностранный язык	2	72	2				Зачет
2	Методологические проблемы современной науки	2	72			2		Зачет
	Вариативная часть	3	108					
	Философия науки	2	72		2			Зачет
М.2	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ	60	2160					
	Базовая (общепрофессиональная) часть	14	504					

1	Основы научных исследований в профессиональной сфере	2	72	2			Экзамен
2	Технология рекламы и СО в различных сферах	4	144		4		Экзамен
3	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО	4	144		2	2	Зачет Зачет
4	Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО организации	4	144	4			Экзамен
	Вариативная часть (включая дисциплины по выбору обучающегося)	46	1656				
Профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации»							
	Взаимодействие со СМИ и профессиональная этика	4	144		4		Экзамен
	Современная пресс-служба	2	72	2			Зачет
	Законодательство в рекламе и связях с общественностью	4	144	4			Экзамен
	Коммуникационный менеджмент и СМИ	4	144		4		Экзамен
	Язык рекламы и связей с общественностью	4	144	4			Экзамен
	Консалтинг в кризисных ситуациях	2	72		2		Зачет
	Корпоративные культура и СМИ	2	72	2			Зачет
	Бизнес-моделирование в СМИ	4	144		4		Экзамен
	Имиджелогия	2	72	2			Зачет
	Информационная безопасность	2	72		2		Зачет
	Дисциплины по выбору обучающегося	16	576				
	Дисциплины по выбору (3 из 4):	6	216				
	Нейминг в массовой коммуникации	2	72		2		Зачет
	Политконсалтинг	2	72		2		Зачет

	Коммуникативистика	2	72	2					Зачет
	История рекламы и СО	2	72	2					Зачет
	Дисциплины по выбору (5 из 8):	10	360						
	СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования	2	72			2			Зачет
	Реклама и СО на ТВ и РВ	2	72			2			Зачет
	Реклама и СО в Интернете	2	72			2			Зачет
	Реклама и СО в печатных изданиях	2	72			2			Зачет
	Интерактивные методы в МК	2	72			2			Зачет
	Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации	2	72			2			Зачет
	Фото и видеосъемка в рекламе и СО-деятельности	2	72			2			Зачет
	Создание имиджа средствами СМИ	2	72			2			Зачет
М.3	ПРАКТИКА И НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА	33	1188						
1	Участие в планировании и разработке рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью	13	468	8	5				
2	Подготовка рекламно-информационной продукции	10	360			10			
3	Проведение социологических и маркетинговых исследований	10	360				10		
М.4	ИТОГОВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ	20	720						
1	Государственный экзамен по направлению подготовки	5	180				5		
2	Подготовка и защита магистерской диссертации	15	540				15		
	Всего	120	4320	30	30	30	30		

Бюджет времени в неделях

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Практика и научно-исследовательская работа	Итоговая государственная аттестация	Каникулы	Всего
I	32	4	9		7	52
II	14	1	13	14	10	52
Итого	46	5	22	14	17	104

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (в зачетных единицах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии	67
Практики и научно-исследовательская работа	33
Итоговая государственная аттестация	20
Итого:	120

НОВЫЕ ПРОГРАММЫ

***В.В. Тулупов, д.ф.н., проф,
зав. каф. рекламы и дизайна ВГУ***

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

1. Шифр и наименование направления: 030600 – Реклама и связи с общественностью.

2. Уровень образования: магистратура.

3. Форма обучения: очная.

4. Код и наименование дисциплины (в соответствии с учебным планом): М.1.2 – Методологические проблемы современной науки.

5. Кафедра, отвечающая за дисциплину: кафедра рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ.

6. Составитель: Тулупов Владимир Васильевич, профессор кафедры рекламы и дизайна факультета журналистики Воронежского государственного университета, доктор филологических наук.

e-mail: vlvtul@mail.ru.

7. Кем рекомендовано к использованию в учебном процессе: кафедрой рекламы и дизайна.

Протокол о рекомендации № ___ от _____ 2010 г.

8. Учебный год: 2011/12. Семестр: 3

9. Форма итогового контроля: зачет.

10. Цели и задачи изучения дисциплины.

Основной целью данного курса является формирование у студентов – будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью – понимания методологии современной науки.

Исходя из цели, можно вывести следующие задачи курса:

– развитие научного сознания и мышления будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью;

– усвоение ими представлений о генезисе научной картины мира, естественных и гуманитарных науках;

- овладение методологией научного познания;
- выработка навыков самостоятельного научного исследования и популяризации научного знания.

Лекционная часть выполняет следующие задачи:

- дать системное представление о науке, научной картине мира, актуальных проблемах современных наук, методологии как научной категории и популяризации научного знания в СМИ.
- продемонстрировать на конкретных примерах становление научной картины мира, этапы развития науки, этапы и специфику процесса научного исследования и специфику журналистских, рекламных и PR-материалов на научные темы.

Основные задачи самостоятельных занятий:

- усвоение студентами теоретического материала, получаемого на лекциях;
- уточнение и дополнение лекционного материала, «проецирование» теоретических положений на научную практику;
- формирование умения самостоятельно изучать теоретический материал, делать обобщения и аргументировать свою позицию.

11. Основные знания, умения и навыки, которыми студент должен овладеть в результате изучения дисциплины.

- иметь представление о научном и вненаучном знании, специфике социального познания, этапах развития науки;
- знать о специфике естественных и гуманитарных наук, об актуальных проблемах современных наук;
- знать о типах исследователей и типах открытий, о структуре научной парадигмы, арсенале общенаучной методологии исследователя, об основных этапах научного исследования;
- знать и уметь использовать в будущей работе методы и средства научного исследования и научной популяризации.

12. Тематика (по ГРНТИ): средства массовой информации.

13. Поисковый образ (ключевые слова): наука, знание, познание, научная картина мира, научная революция, информационное общество, научная парадигма, эвристика, эмпирические данные, научный факт, объект исследования, предмет исследования, цель исследования, задача исследования, научная проблема, гипотеза, научный результат, массовое сознание, средства массовой информации, популяризация, научная журналистика.

14. Всего зачетных единиц – 2 (72 ч.).

Лекции – 32 ч.

Практические занятия – нет.

Лабораторные занятия – нет.

Самостоятельная работа – 40 ч.

Контрольных работ – 1.

15. Тематический план и сетка часов дисциплины.

№ п/п	Название темы	Лекции (час)	Практ. занятия (час)	Лабор. занятия	Самост. работа (час)	Форма текущего контроля
1	Понятие науки	4	0	0	2	тестирование
2	Социальное познание	2	0	0	2	тестирование
3	Становление научной картины мира.	2	0	0	2	тестирование
4	Этапы развития науки.	2	0	0	2	реферат
5	Научные революции	2	0	0	2	тестирование
6	Естественные и гуманитарные науки на современном этапе	2	0	0	2	тестирование
7	Формирование научной парадигмы исследователя	2	0	0	2	тестирование
8	Эвристическая направленность методологии, источники и методы получения научных фактов	2	0	0	2	тестирование
9	Процесс исследования	6	0	0	6	Контрольная работа
10	Группы операций и представление полученных результатов	4	0	0	4	тестирование
11	Становление естественнонаучной тематики в отечественной прессе.	2	0	0	2	тестирование

12	История популяризации науки: 19 век	2	0	0	2	тестирование
13	Ареал распространения естественнонаучной тематики в период 20-21 веков	2	0	0	2	тестирование
14	Специфика материалов на научные темы в СМИ.	2	0	0	2	тестирование
15	Всего	36	0	0	36	

16. Учебно-методическая карта дисциплины.

Лекции.

№ темы	№ лекции	Основные дидактические единицы	Ссылки на лит-ру для обязат. изучения	Ссылки на лит-ру для самостоят. изучения	Форма текущего контроля
01	01	Вненаучные формы познания. Научное и ненаучное знание. Подразделение наук. Роль и функции науки. Критерии научности.	1-6	10, 11, 19, 26, 56, 58, 65	тестирование
01	02	Специфика социального познания. Структура массового сознания	1-6	2, 19, 20	тестирование
02	03	Понятие научной картины мира. Возникновение и развитие нового естествознания. Противостояние религии и науки.	1-6	25, 28, 36, 61	тестирование

02	04	Ньютоно-картезианская картина мира. Развитие научного знания в 19 веке. Научные открытия 20 века. Современные научные концепции.	1-6	52, 59	реферат
02	05	Понятие научной революции. Наука в периоды научных революций. Смена типов рациональности. Наука и техника.	1-6	39, 68	тестирование
03	06	Актуальные проблемы науки как особой сферы человеческой деятельности. Проблемы философии как метанауки. Природа человека как основополагающая проблема науки в целом. Наука как ценностный тип познания. Теории информационного общества. Футурология.	1-6	1, 41, 57	тестирование
04	07	Типы исследователей и типы открытий. Структура научной парадигмы. Социально-мировоззренческая позиция исследователя. Арсенал общенаучной методологии исследователя.	3	11, 15, 17, 20, 27, 49	тестирование
04	08	Основы дискурсивной эвристики. Интуитивная эвристика. Эмпирические данные и научные факты.	3	38, 49	тестирование

04	09	Объект и предмет исследования. Программа исследования. Структура процесса исследования. Работа с «литературой вопроса». Проблема исследования. Определение цели и задачи исследования. Формулирование гипотез исследования.	3	8, 34, 36, 40, 49	Контрольная работа
04	10	Эмпирическая группа операций. Интерпретирующая группа операций. Результаты исследования. Стили и жанры научного текста.	3	4, 31, 37, 47, 49	тестирование
05	11	Популяризация науки на начальном этапе. Научная тематика в периодической печати. Первые научные издания.	2, 6	45, 52, 53	тестирование
05	12	Своеобразие популяризации в рассматриваемый период. Московский государственный университет и его популяризаторская деятельность. Научно-популярные журналы 19 века.	2, 6	45, 52, 53	тестирование
05	13	Система научной журналистики в советский период. Тенденции современного этапа популяризации науки в СМИ. Роль СМИ в распространении достижений науки и техники.	2, 6	45, 52, 53	тестирование
05	14	Научная журналистика в тематической структуре СМИ. Технология работы в жанрах научной журналистики. Виды произведений о науке.	2, 6	45, 52, 53	тестирование

17. Практические занятия — нет.

18. Литература

Основная литература:

1. Вычуб Г.С. Актуальные проблемы современности и журналистика. — М., 2003.
2. Лазаревич Э.А. Популяризация науки в России — М., 1981.
3. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. — М., 2005.
4. Средства массовой информации постсоветской России, - М., 2002.
5. Средства массовой информации России, - М., 2005.
6. Ученова В.В. Научная популяризация. — М., 1968.

Дополнительная литература:

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. — М., 1994.
2. Андреев И.Д. О методах научного познания. — М., 1964.
3. Андрусенко В.А., Пивовалов Д.В. Методология научного познания (альтернативность и правильность научной экстраполяции). — Оренбург, 1995.
4. Анисимов О.А. Методологическая культура и принятие решений. — М., 2003.
5. Баженов Л.Б. Основные вопросы научной гипотезы. — М., 1961.
6. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. — М., 2005.
7. Березина В.Г. Этика и культура научной работы. — СПб., 1999.
8. Берков В.Ф. Структура и генезис научной проблемы. — Минск, 1983.
9. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М., 2004.
10. Больцано Б. Учение о науке. — СПб., 2003.
11. Вебер М. Наука как призвание и профессия // Самосознание европейской культуры XX-XXI веков. — М., 1980.
12. Вернадский В.И. Биосфера и ноосфера. — М., 1989.
13. Винер Н. Кибернетика. — М., 1968.
14. Винер Н. Я — математик. — М., 1992.
15. Вобль К.Г. Организация труда научного работника. — Киев, 1969.
16. Волков Ю.Г., Поликарпов В.С. Интегральная природа человека: естественнонаучный и гуманитарный аспекты. — Ростов на/Д., 1994.
17. Ворожцов В.П., Москаленко А.Г. Методологические установки ученого. Природа и функции. — Новосибирск, 1986.

18. Гадамер Х.Г. Истина и метод. — М., 1988.
19. Гайденко П.П. Эволюция понятий в науке. — М., 1993.
20. Гончаренко Н.В. Гений в искусстве и науке. — М., 1997.
21. Грязнов Б.С. и др. Теория и ее объект. — М., 1973.
22. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера земли. — М., 1997.
24. Деркач А.А., Зазыкин В.Г. Акмеология. — СПб, 2003.
25. Давыдов Ю. Картины мира и типы рациональности // М. Вебер. Избранные произведения. — М., 1990.
26. Добров Г.М. Наука о науке. — Киев, 1989.
27. Долокарров К.Х., Демидов Ф.Д. В поисках новой парадигмы. — М., 1999.
28. Дубров А.П., Пушкин В.Н. Парапсихология и современное естествознание. — М., 1990.
29. Зимняя И.А. Исследовательская работа как специальный вид человеческой деятельности. — Ижевск, 2001.
30. Информатизация общества. — М., 1992.
31. Каган М.С. Системный подход и гуманитарное знание. — Л., 1991.
32. Капица С.П., Курдюмов С.П., Малинецкий Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего. — М., 1997.
33. Кара-Мурза С. Манипуляция сознания. — М., 2008.
34. Карпович В.Н. Проблема, гипотеза, закон. — Новосибирск, 1980.
35. Кастельс М. Информационная эпоха. — М., 2000.
36. Кедров Б.М. Предмет и взаимосвязь естественных наук. — М., 1967.
37. Кириллов В.И. Логика познания сущности. — М., 1980.
38. Корниенко А.А., Корниенко В.А. Методологический базис социологии науки. — Красноярск, 1992.
39. Кун Т. Структура научных революций. — М., 1975.
40. Лекторский В.А. Субъект, объект, познание. — М., 1980.
41. Лосев А.Ф. Философия, методология, культура. — М., 1991.
42. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. — М., 1999.
43. Механика и цивилизация XVI-XIX в.в. — М., 1976.
44. Мойсеев Н.Н. Человек и ноосфера. — М., 1990.
45. Наука и культура. — М., 1984.

46. Петров Ю.А., Захаров А.А. Практическая методология. — М., 1999.
47. Поппер К.Р. Логика научного исследования. — М., 2004.
48. Поппер К.Р. Объективное знание. — М., 2002.
49. Приходько П.Т. Азбука исследовательского труда. — Новосибирск, 1979.
50. Пушкин В.Н. Эвристика — наука о творческом мышлении. — М., 1976.
51. Режабек Е.Я. Научный поиск и его этапы. — Ростов-на-Дону, 1972.
52. Сапунов В.И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследователей. — Воронеж, 2005.
53. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. — СПб., 2002.
54. Тавризян Г.М., О. Шпенглер, Й. Хейзинга: две концепции кризиса культуры. — М., 1988.
55. Теоретическое знание. — М., 2000.
56. Тойнби А. Цивилизация перед лицом истории. — СПб., 1996.
57. Тоффлер О. Футурошок. — СПб., 1997.
58. У истоков классической науки. — М., 1968.
59. Урсул А.Д. Путь в ноосферу. — М., 1993.
60. Узбестер Ф. Теории информационного общества. — М., 2004.
61. Философия, естествознание и социальное развитие. — М., 1989.
62. Хайдеггер М. Время и бытие. Наука и осмысление. — М., 1993.
63. Хейзинга Й. Homo Ludens. В тени завтрашнего дня. — М., 1992.
64. Циолковский К.Э. Очерки вселенной. — М., 1992.
65. Человек науки. — М., 1974.
66. Чижевский А.Л. Космический пульс жизни. — М., 1995.
67. Эйнштейн А., Инфельд Л. Эволюция физики. — М., 1966.
68. Яковец Ю.В. Истоки и перспективы индустриальной парадигмы общества. — М., 1996.

69. Ярская В.Н. Научное предвидение. — Саратов, 1981.

70. Ясперс К. Смысл и назначение истории. — М., 1991.

19. Контрольно-измерительные материалы (КИМ).

I. КИМ для текущего контроля знаний

**I.1. В рамках изучения темы «Генезис научной картины мира»
подготовить реферат на одну из предложенных тем:**

1. Понятие научной картины мира.

2. История противостояния религии и науки.
3. Развитие научного знания в 19 веке.
4. Научные открытия 20 века.
5. Наука и техника на современном этапе.
6. Синергетика как принципиально новое направление междисциплинарных исследований.
7. Нанотехнологии: на пороге новой технологической революции.
8. Проблемы и перспективы интеграционного развития науки и образования.
9. Значение Нобелевской премии в развитии науки.

1.2. В рамках изучения темы «Методология как научная категория» написать контрольную работу на тему «Социально-мировоззренческая позиция исследователя».

II. КИМ вопросов для проверки остаточных знаний .

Перечень вопросов:

1. Что такое наука?
2. Когда возникла наука как особая духовная сфера?
3. Функции науки.
4. Какие существуют формы внеучного знания?
5. Что такое «народная наука»?
6. Как подразделяются науки?
7. Назовите фундаментальные открытия в истории науки.
8. В чем специфика социального познания?
9. Когда возникло Новое естествознание?
10. Гелиоцентрическая система мира.
11. Дайте определение научной картине мира.
12. В чем суть механистической картины мира?
13. Что такое научная революция?
14. Перечислите основные научные революции.
15. Чем характеризуется научно-технический прогресс?
16. В чем специфика естественных и гуманитарных наук?
17. Перечислите типы исследователей и типы открытий.
18. Что включает в себя структура научной парадигмы?
19. Чем различаются дискурсивная и интуитивная эвристика?
20. Что такое эмпирические данные и научные факты?
21. Какова структура научного исследования?

22. Охарактеризуйте стили и жанры научного текста.
23. Что мы понимаем под популяризацией науки?
24. Для чего нужна популяризация науки?
25. Какова специфика журналистских, рекламных и PR-материалов на научные темы?

20. Вопросы к зачету:

1. Наука и научное знание: сущность, функции, классификация.
2. Научное и вненаучное познание.
3. Формы вненаучного знания.
4. Критерии научности.
5. Специфика социального познания.
6. Этапы развития науки.
7. Основания науки: идеалы и методы, научная картина мира, философские идеи и принципы.
8. Научные революции и типы рациональности.
9. Становление научной картины мира.
10. Ньютоно-картезианская научная парадигма и ее роль в развитии науки XVIII-XIX вв.
11. Научные открытия XX века, их влияние на современную науку.
12. Основные направления и концепции современной науки.
13. Идеи В.И. Вернадского и П. Тейяра де Шардена о ноосфере.
14. Синергетика как принципиально новое направление междисциплинарных исследований.
15. Нанотехнологии: на пороге новой технологической революции.
16. Клонирование как научная и этическая проблема.
17. Актуальные проблемы науки как особой сферы человеческой деятельности.
18. Наука и техника. Специфические черты техники по К. Ясперсу.
19. Научно-техническая революция: черты и составные части.
20. Концепция постиндустриального информационного общества.
21. Теории информации и массовой коммуникации.
22. Современные тенденции массовой коммуникации.
23. Футурология и футурологическая публицистика.
24. Типы исследователей и типы открытий.
25. Структура научной парадигмы.
26. Социально-мировоззренческая позиция исследователя.

27. Арсенал общенаучной методологии исследователя.
28. Основы дискурсивной эвристики. Интуитивная эвристика.
29. Эмпирические данные и научные факты.
30. Объект и предмет исследования. Программа исследования и структура процесса исследования.

31. Работа с «литературой вопроса». Проблема исследования. Определение цели и задачи исследования, формулирование гипотез исследования.

32. Эмпирическая группа операций. Интерпретирующая группа операций. Результаты исследования.

33. Стили и жанры научного текста.

34. Роль СМИ в распространении достижений науки и техники.

35. Актуальные проблемы одной из научных дисциплин (по выбору) как объект журналистики, рекламы и PR.

36. Научная журналистика и функции популяризации науки.

37. История популяризации науки в России.

38. Научные издания и их типологическая характеристика.

39. Научное открытие и научная сенсация в СМИ.

40. Научная популяризация на современном этапе.

21. Критерии оценок.

Зачет выставляется студенту, если он:

1) глубоко, полно и верно усвоил программный материал; способен применить теоретические положения в будущей работе в сфере рекламы и PR; убедительно аргументирует самостоятельные суждения; правильно ответил на вопросы в ходе тестирования;

2) усвоил теоретический материал достаточно полно и точно; не допускает существенных неточностей при анализе практического материала.

Незачёт выставляется студенту, если он плохо владеет теоретическим материалом, не усвоил значительную его часть; испытывает серьезные затруднения при анализе практического материала; не ответил на большую часть вопросов в ходе тестирования.

ВЕСТИ С СЕМИНАРА

**А.А. Давтян , к.ф.н.,
зам. декана
факультета журналистики ВГУ**

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ МЕТОДИЧЕСКОГО СЕМИНАРА «ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТИКА»

В июне 2010 года в МГУ при учебно-методическом объединении по классическому университетскому образованию проходил методический семинар УМС по журналистике, посвященный проектированию образовательных программ по направлению подготовки «Журналистика». Методический семинар был посвящен работе по проектированию основной образовательной программы бакалавриата.

Прежде чем перейти к обсуждению ООП участники семинара внимательно изучили федеральный стандарт третьего поколения. Работа со стандартом — достаточно трудоемкий процесс. В документе есть пункты, незнание или невнимательное прочтение которых может сделать составление учебного плана неэффективным.

В рамках семинара разработчики ФГОСа ВПО третьего поколения Л.Г. Свитич и А.А. Ширяева последовательно разбирали «трудные» или важные места стандарта.

На наш взгляд, ознакомиться с прозвучавшими на методическом семинаре рекомендациями и разъяснениями будет полезно всем, кто так или иначе вовлечен в процесс составления учебных планов и связан с реализацией образовательного процесса на местах. Итак, на что следует обратить внимание.

1. Как известно, нормативный срок освоения основной образовательной программы бакалавриата, включая последипломный отпуск, составляет 4 года. Если на факультете предусмотрена вечерняя или

заочная формы, сроки обучения можно увеличить на 1 год относительно нормативного срока, то есть в учебном плане мы можем добавить 60 зачетных единиц.

2. В силу того, что под бакалавриатом понимается подготовка «массового звена журналистов», в стандарте при перечислении видов профессиональной деятельности, начиная с проектно-аналитической деятельности и далее, будет встречаться формулировка «участие в ...». Это означает, что выпускник бакалавриата не обязан заниматься руководством проектов, так как это прерогатива выпускников магистратуры. Бакалавру журналистики достаточно лишь ориентироваться в проектно-аналитической, организационно-управленческой и производственно-технологической деятельности, принимать в ней участие в команде, под чьим-то руководством. На это стоит обратить внимание при разработке рабочих программ дисциплин, изучающих вышеназванные виды деятельности.

3. Желательно, чтобы дисциплины вариативной части учебного плана были включены в состав модульной системы, углубляя тем самым знания общепрофильных дисциплин. Как известно, модуль — это часть образовательной программы, которая имеет логическую завершенность. Идеальный модуль должен выглядеть как содержательное объединение дисциплин, так и объединение форм обучения. В содержательном плане это может быть, например, «Экономика» и «Экономика СМИ» («Социология» и «Социология журналистики»), а по форме обучения — грамотное, органичное сочетание лекций, семинаров, мастерских, практик, курсовых и дипломных работ. Если составителям учебных планов кажется, что на конкретную дисциплину отведено недостаточно часов в базовой части, можно добавлять с другой формулировкой дисциплины в вариативную часть.

4. В составе вариативной части не менее 30 % часов должно отдаваться на дисциплины по выбору студентов. Высчитываются они от общей суммы всех вариативных частей (то есть в совокупности блоков ГСЭ, ЕН и ОПД), а в каком конкретном блоке будут находиться дисциплины по выбору, это не важно.

5. ВКР обязательна, а государственный экзамен — по усмотрению вуза.

6. Требования ФГОСа следующие — должно быть не больше 50 % часов лекций от общего количества аудиторных занятий. Соотношение

аудиторной и самостоятельной работы может быть 50 /50, но допускается 60 /40. Если по дисциплине 3 зачетные единицы, формой отчетности является экзамен. Если 2 зачетные единицы — зачет. При этом нужно исходить из допустимого количества зачетов и экзаменов в семестр.

7. Практика оценивается таким образом — 1 неделя в 1,5 кредита. Разработчики рекомендуют следующее распределение зачетных единиц: учебная практика — 6 кредитов, производственная (1) — 7,5 кредитов, производственная (2) — 7,5 кредитов, преддипломная — 3 кредита.

8. Учебный процесс должны обеспечивать: не меньше 50 % кандидатов наук (к ним приравниваются лица, имеющие государственные почетные звания и лауреаты международных премий); не меньше 6 % докторов наук; не меньше 10 % практиков.

Примерно 10 % от общего числа кандидатов и докторов наук можно заменить практиками с 10-летним стажем работы по специальности.

9. Полезно учитывать западный опыт: теоретические кредиты (зачетные единицы) у них имеют малый вес, а практические кредиты, когда студент что-то умеет делать, есть результаты и отклик, оцениваются намного выше.

10. Студенты (см. ФГОС, пункт 8.5.) имеют право оценивать учебный процесс: содержание, качество, работу преподавателей. Надо проводить панельное исследование все годы обучения, например, в виде опроса.

11. Что касается составления рабочих программ, то надо реально оценивать возможности курса. Если дисциплина рассчитана на 36 часов, не надо делать, к примеру, 11 пунктов в содержании. Кроме того, надо давать разумное количество литературы. В рабочей программе есть пункт 10. «Методические рекомендации по организации изучения дисциплин». Разработчики стандарта рекомендовали «креативно рассказать об изюминке курса, ноу-хау преподавателя».

12. Профессионально-творческий практикум (пункт 3.22) составители стандарта просили не путать с журналистским мастерством, которое во ФГОСе-3 должно называться творческие студии в разделе профилизации. Профессионально-творческий практикум — это лабораторные занятия в учебных аудиториях, как продолжение «Основ журналистской деятельности», чтобы обеспечить преемственность и достаточное количество часов на ее изучение.

После изучения ФГОСа участникам семинара было предложено обсудить основную образовательную программу и составить свои варианты учебных планов с учетом заявленных профилей. Было решено разделиться на несколько рабочих групп, каждая из которых должна была представить результат своей работы по созданию перечня дисциплин, входящих в конкретный профиль.

Итогом работы в группах стала разработка вариативной части (дисциплин профилизации) следующих заявленных в ООП профилей: «Периодическая печать», «Телевидение»; «Интернет-СМИ». Наиболее удачной была признана работа над профилизацией «Интернет-СМИ», наиболее трудной была работа над профилем «Периодическая печать». Это вполне объяснимо, ведь существенная часть дисциплин базовой части уже отражает знания о традиционных СМИ, тогда как интернет-журналистика в базовой части представлена мало.

Вариативная часть ОПД была разделена на два блока. В первый вошли дисциплины, углубляющие базовую часть профессиональной подготовки, во вторую — дисциплины профилизации. Такое деление объясняется тем, что вариативную часть необходимо насыщать не только дисциплинами специализации (в нашем случае это профилизация), но и общими курсами, которые могли бы освоить все студенты, вне зависимости от выбранного профиля. Общие для всех бакалавров дисциплины вариативной части позволяют создавать сложные модули, в которых от общего к частному идет переход от базовой части к общей вариативной, а затем к профилям, которые также входят в вариативную часть.

В дисциплины, углубляющие базовую часть профессиональной подготовки вошли: «Новостная журналистика», «Основы аналитической журналистики», «Технология интервью», «Работа с источниками информации», «Интернет-журналистика», «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Журналистика и политика», «Риторика», «Современный литературный процесс», «Новейшая зарубежная литература», «Литературная критика», «Корпоративная журналистика», «Интерактивность журналистики», «Журналистское исследование», «Фотожурналистика», «Современная пресс-служба», «Региональная журналистика», «Просветительская журналистика», «Досуговая журналистика», «Культура и СМИ», «Язык СМИ», «Мультимедийная журналистика».

Курсы по выбору студента также были поделены на два обозначенных выше блока. *Дисциплинами, углубляющими базовую часть профессиональной подготовки*, стали «Медиакритика», «Журналистика русского зарубежья», «Гендерная журналистика», «Основы издательское дела», «Основы массового медиаобразования», «Основы медиабизнеса».

1. Дисциплины профилизации «Периодическая печать»:

«Дизайн печатных СМИ», «История региональной печати», «Современные системы поиска информации», «Аудитория печатных СМИ», «Экономические аспекты деятельности печатных СМИ», «Техника юридической безопасности журналиста», «Современные системы региональной печати», «Творческие студии».

Курсы по выбору студента в рамках данного профиля:

«Культурологическая журналистика» / «Научная журналистика»,
«Социальная тематика в печатных СМИ» / «Правовая тематика в печатных СМИ»,

«Специфика производства журналов» / «Специфика производства газет разного типа»,

«Политическая журналистика» / «Деловая журналистика»,

«Женская журналистика» / «Детская журналистика».

2. Дисциплины профилизации «Телевидение»:

«Информационная тележурналистика», «Визуализация информации», «Телевизионная публицистика», «Аналитическая тележурналистика», «Эфирная речь», «Телевизионная режиссура».

Курсы по выбору студента, обеспечивающие данную профилизацию:

«Звук в электронных СМИ» / «Сценарное мастерство»,

«Психология общения (тренинг)» / «Диалог в эфире (тренинг)»,

«Современные тенденции на телевидении» / «Новые формы подачи информации в телевизионной журналистике».

3. Дисциплины профилизации «Интернет-СМИ»:

«Актуальные проблемы Интернет-СМИ», «Конвергентная журналистика», «Мультимедийное журналистское произведение», «Правовое регулирование деятельности в Интернет-СМИ», «Реклама и продвижение в Интернете», «Создание корпоративного сайта», «Авторский WEB – проект (практикум)», «Экономика и основы менед-

жмента Интернет-СМИ», «Принципы и методы работы Интернет-журналиста».

Курсы по выбору студента в рамках данного профиля:

«Гражданская журналистика в Интернете», «Текст в Интернет-СМИ», «Проблематика Интернет-СМИ», «Политические коммуникации в Интернете», «Региональные Интернет-проекты».

Как известно, вариативную часть каждый вуз вправе составлять самостоятельно. Но коллективная работа участников семинара (в основной массе это были руководители факультетов и отделений журналистики разных вузов страны) позволила обобщить имеющиеся у всех участников знания и синтезировать единое представление о необходимости в учебном процессе тех или иных дисциплин. Главная трудность заключалась в том, чтобы найти решение, которое устроило бы всех. Обсуждение было жарким, но без компромисса не возможно было прийти к единому знаменателю. В результате многие предложения участников семинара можно оспорить, можно усомниться в целесообразности, важности той или иной дисциплины. Но в основе своей проделана большая работа по систематизации накопленных знаний в области организации учебного процесса по журналистике, в которой учитывались возможности объединения разных дисциплин в образовательные модули.

ИЗДАНО

ФАКУЛЬТЕТОМ ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ

НОВЫЕ ИЗДАНИЯ ФАКУЛЬТЕТА
ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ

Интерактивная журналистика. Учебно-методическое пособие / Составитель А. М. Шестерина. – Воронеж, 2007. – 52 с.

Пособие представляет собой первый опыт анализа теоретических и практических аспектов интерактивного взаимодействия в СМИ в ретроспективе и на современном этапе.

Текстовые ошибки. Выпуск 3. Ошибки в содержании мысли (логические, смысловые, фактические) / Составители И.В. Хорощунова, А.М. Шишляникова. – Воронеж, 2008. – 40 с.

Пособие состоит из теоретической части («Теоретические основы редактирования логической, смысловой и фактической стороны текста») и практикума.

«Акценты. Новое в массовой коммуникации», 2009, № 5-6; № 7-8.

Очередные выпуски научно-практического альманаха содержат традиционные рубрики: «Слово редактора», «Теория и практика журналистики», «Зарубежная журналистика», «Реклама и PR», «Студенческие опыты», «Методика преподавания» и др.

Обращаем внимание читателей на публикацию С. Страшнова из цикла «Журналистский словарь сочетаемости», статью С. Виноградовой и Г. Мельник «Теленасилие как фактор влияния на агрессивное поведение».

Интересны научно-методические публикации М. Гордеевой и А. Станько, О. Осетровой, В. Голуба, Л. Щукиной.

Коммуникация в современном мире. Ч. I и Ч. II. – Воронеж, 2009. – 126 с. и 144 с.

Сборники включают тезисы докладов и сообщений на Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы», состоявшейся на факультете журналистики ВГУ 30-31 октября 2009 г.

Тулупов В. Слово редактора. Сборник статей. – Воронеж, 2009. – 180 с.

В книге представлены статьи, выходявшие под рубрикой «Слово редактора» в научно-практическом альманахе «Акценты. Новое в массовой коммуникации» (издается с 1996 г.). Это – своеобразный дневник ученого, педагога и медиакритика, охватывающий период с 2004г. по 2009 г и посвященный наиболее актуальным теоретическим и практическим проблемам российской журналистики.

Колесникова В.В. «Дневник писателя» Ф.М. Достоевского: типология, жанр. – Воронеж, 2009. – 70 с.

Монография посвящена уникальному явлению в истории отечественной словесности. Единоличный автор, редактор и издатель Достоевский создал общественный прецедент. Он не просто сумел оставить позади популярные издания того времени, но стать оракулом, личным исповедником для тысяч читателей России.

Цуканов Е.А. На подступах к аналитической журналистике. Задачник по дисциплине «Основы творческой деятельности журналиста». – Воронеж, 2009. – 36 с.

Задачник предназначен для студентов 2 курса специальности «Журналистика». Издание составлено из упражнений, позволяющих отработать и закрепить навыки журналистского анализа, в основании которого лежит искусство рассуждения.

Мастерство журналиста-телеаналитика / Составитель Г.Н. Беспямятнова. – Воронеж, 2009. – 48 с.

Пособие включает две главы: «Журналистика как сфера политической деятельности» и «жанры телевизионной аналитики на современном экране».

История зарубежной журналистики / Составитель В.В. Хорольский. – Воронеж, 2009. – 28 с.

Программа дисциплины включает 4 части – от возникновения зарубежной печати до новейшей прессы.

Информатика. Ч. 3 / Составители М.Н. Яковлев, Г.Е. Подковырова. – Воронеж, 2009. – 24 с с.

Учебно-методические указания предназначены для выполнения лабораторных работ.

Выпускная квалификационная работа специалиста в области рекламы / Составители В.В. Тулупов, Е.Ю. Красова. – Воронеж, 2009. – 44 с.

Учебно-методическое пособие посвящено ВКР – дипломной работе, дипломному проекту по специальности «Реклама» и «Журналистика» (специализация «Реклама и паблик рилейшнз»).

УМО-регион. Сборник информационных и учебно-методических материалов. / Под редакцией Е. М. Бебчук – Воронеж, 2009. – 67 с.

Сборник содержит материалы, подготовленные к ежегодному заседанию региональной секции Центральной и Центрально-черноземной России УМО по журналистике, и посвящен проблемам медиаобразования.

Коммуникация в современном мире. Ч. I и Ч. II. – Воронеж, 2010. – 110 с. и 136 с.

Сборники включают тезисы докладов и сообщений на Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», состоявшейся на факультете журналистики ВГУ 13-15 мая 2010 г.

Новичихина М.Е. Риторика. Материалы для практических занятий. – Воронеж, 2010. – 52 с.

Пособие содержит упражнения, нацеленные на отработку риторических навыков, краткий словарь, афоризмы для выступления в убеждающем жанре.

Тулупов В.В. Моделирование в журналистике. Учебное пособие. – Воронеж, 2010. – 144 с.

В пособии рассматриваются вопросы маркетинга и менеджмента в журналистике на примере моделирования редакционной деятельности в газете. Предназначено для преподавателей дисциплин, связанных с экономикой СМИ, организацией работы редакции по специальности «Журналистика» в рамках специализации «Периодическая печать», для редакторов и работников секретариатов, а также для студентов и аспирантов отделений и факультетов журналистики.

Журналистика, реклама, связи с общественностью : Словарь / Автор-составитель В.В. Тулупов. – Воронеж, 2010. – 72 с.

В словаре представлены понятия и термины, которыми пользуются в своей деятельности журналисты, рекламисты и пиармены. Для

преподавателей и студентов факультетов и отделений журналистики, рекламы и связей с общественностью.

Связи с общественностью: теория и практика : Учеб пособие для студентов вузов / Колл. авторов. Под ред. В.В. Тулупова и Е.Е. Топильской. – Воронеж, 2010 – 248 с.

В пособии рассматриваются базовые понятия связей с общественностью, а также теоретические и практические проблемы, связанные с СО как особым социальным институтом, специфическим видом творческой и бизнес-деятельности.

Реклама: история, теория и практика : Учеб пособие для студентов вузов. I-IV т./ Колл. авторов. Под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж, 2010.

В пособии рассматривается возникновение, развитие и эволюция рекламы, а также теоретические и практические проблемы, связанные с рекламой как особым социальным институтом, специфическим видом творческой и бизнес-деятельности.

«Акценты. Новое в массовой коммуникации», 2010, № 1-2; № 3-4.

Читателей наверняка заинтересуют статьи М. Темирова «Эрозия информационного пространства на Кавказе под воздействием суррогатных медиасредств», В. Голуба «Психологические аспекты обеспечения информационной безопасности СМИ», А. Факторовича «Зимняя олимпиада в «летней столице»: PR-парадокс?», Т.Н. Хомчук-Чёрной «Гражданская журналистика или самиздат?» и др.

Паблик рилейшнз в малом бизнесе / Составители Т.Н. Стёпкина, В.В. Буряченко. – Воронеж, 2010. – 42 с.

Учебно-методическое пособие, подготовленное на кафедре английского языка гуманитарных факультетов факультета РГФ ВГУ.

Выпускная квалификационная работа по связям с общественностью: основные требования, научный аппарат, процедура защиты / Составители Е.Е. Топильская, В.М. Невежина. – Воронеж, 2010. – 44 с.

Учебно-методическое пособие посвящено ВКР – дипломной работе, дипломному проекту по специальности «Связи с общественностью» и «Журналистика» (специализация «Реклама и паблик рилейшнз»).

Содержание

От редактора-составителя	3
МНЕНИЕ	
Как эффективно действовать в предлагаемых обстоятельствах4	
УЧЕБНЫЕ ПЛАНЫ	
Методические рекомендации составителям учебных планов по направлению «Журналистика»	8
Проектирование основной образовательной программы и учебного плана магистратуры по направлению «Журналистика» согласно требованиям ФГОС ВПО третьего поколения	23
РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ	
Методические проблемы современной науки	38
ВЕСТИ С СЕМИНАРА	
Результаты работы методического семинара «Проектирование образовательных программ по направлению «Журналистика»	50
ИЗДАНО ФАКУЛЬТЕТОМ ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ	
Новые издания факультета журналистики ВГУ	56