Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт отраслевого менеджмента Институт общественных наук

Методические рекомендации к заданиям практического этапа конкурса межпредметных навыков и знаний «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Медиакласс» по направлению «Журналистика и медиа»

Автор:

Сухов П.В., заведующий кафедрой теории и практики медиакоммуникаций факультета дизайна и медиакоммуникаций ИОН, доцент, к.фил.н.

Оглавление

2. Регламент проведения практического этапа Конкурса	6
3. Структура и критерии оценки конкурсных заданий	6
4. Тематическое содержание конкурсных заданий	7
5. Разбор практического этапа Конкурса на примере заданий из	
демонстрационного варианта	15
5.1. Задание 1	15
5.2. Задание 2	16
5.3. Задание 3	16
5.4. Задание 4	17
5.5. Задание 5	19
Кейс (задания 6–8)	19
5.6. Задание 6	20
5.7. Задание 7	21
5.8. Задание 8	22
6. Типичные ошибки	23
7. Рекомендуемая литература	24
Приложение 1. План конкурсных материалов для проведения	
практического этапа Конкурса	26
Приложение 2. Демонстрационный вариант конкурсных заданий	
практического этапа Конкурса	30

1. Цель и задачи практического этапа Конкурса, назначение конкурсных материалов

Целью практического этапа Конкурса «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» по направлению «Медиакласс» является проверка знаний учащихся в сфере производства медийной продукции СМИ, а также умений учащихся применять свои знания на практике. Проверка осуществляется с помощью конкурсных материалов.

Практический этап Конкурса направлен на:

- оценку уровня практической подготовки учащихся;
- укрепление интереса учащихся к получению знаний в области медиа;
- развитие творческого мышления, формирование неординарности подходов к решению задач;
- создание условий для личной самореализации учащихся;
- содействие формированию систематических знаний в сфере медийного производства;
- развитие умений получать и критически осмысливать общественно важную информацию, анализировать и интерпретировать полученные данные;
- развитие коммуникативных навыков, необходимых для участия в жизни общества и государства.

Задачи практического этапа Конкурса «Интеллектуальный мегаполис. Потенциал» в номинации «Медиакласс» по направлению «Журналистика и медиа» заключаются в проверке сформированных у учащихся навыков и компетенций:

- знание тенденций развития российских СМИ в различные исторические периоды;
- понимание структуры современного медиарынка России и роль журналистики в нём;

- понимание сути деятельности журналиста, обязанностей и прав журналиста, предъявляемых к специалисту этой профессии требований;
- знание профессиональных стандартов в части правового и этического регулирования деятельности журналистов, включая ключевые нормативные положения и этические принципы;
- понимание особенностей журналистских текстов, их отличий от других видов текстов;
- умение ориентироваться в основных тематических направлениях современной журналистики, понимание особенностей работы журналиста в СМИ различной направленности;
- умение верифицировать, классифицировать, анализировать информацию, использовать её для создания журналистских материалов;
- способность ориентироваться в актуальных тенденциях и событиях в различных тематических областях;
- понимание механизмов и инструментов распространения контента СМИ.

Для выполнения поставленных задач учащиеся должны:

Знать

- имена и фамилии наиболее ярких российских журналистов и редакторов, издателей и владельцев СМИ, названия основных СМИ; вклад писателей-классиков русской литературы в развитие российской журналистики;
- названия должностей и содержание типовых функциональных обязанностей занимающих их сотрудников СМИ;
- основные жанры и принципы организации журналистских текстов;
- содержание основных нормативных правовых актов, регулирующих деятельность журналистов;

- названия и содержание основных кодексов журналистской этики;
- концепцию авторского права и форм её реализации;
- основные этапы выпуска номера газеты и журнала, основные стадии производства материалов для интернет-изданий.

Уметь

- соотносить названия СМИ и персоналии журналистов с соответствующими историческими периодами, понимать основные характеристики этих периодов и роль СМИ в них;
- характеризовать СМИ как бизнес-структуры, функционирующие в условиях рынка;
- ориентироваться в источниках информации, классифицировать их по различным критериям;
- определять признаки дезинформации и фейковых материалов;
- составлять план публикации, определять структуру будущего материала;
- выбирать наиболее подходящие жанры для изложения выбранной темы.

Владеть

- основными методиками и инструментами сбора и верификации информации;
- навыками создания журналистских текстов с присущими им структурными элементами;
- приемами привлечения и удержания интереса аудитории к журналистским материалам;
- базовым инструментарием ведущих соцсетей для продвижения журналистских материалов.

2. Регламент проведения практического этапа Конкурса

Практический этап Конкурса проводится на платформе МЦКО в дистанционной форме.

Индивидуальный вариант участника формируется автоматически во время проведения практического этапа Конкурса из базы конкурсных заданий.

После того, как учащийся ознакомился с заданиями и изъявил желание приступить к практическому этапу Конкурса, начинается подготовка ответов.

Учащийся работает над заданиями самостоятельно, не пользуясь никакими материалами или дополнительными средствами.

На выполнение заданий практического этапа Конкурса отводится 60 минут.

По истечении времени выполнения заданий конкурс завершается, а выполненные задания сдаются на проверку экзаменационной комиссии.

3. Структура и критерии оценки конкурсных заданий

Задания практического этапа Конкурса разработаны преподавателями Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Задания базируются на содержании обязательного учебного курса «Журналистика и медиа» проекта «Медиакласс в московской школе».

Каждый участник получает 8 заданий.

Каждое задание представляет собой вопрос, снабженный вариантами ответа.

Для каждого вопроса приведены по 4 варианта ответа, причём правильный из них — единственный. За каждый правильный ответ участнику

начисляются 3 или 5 баллов; неправильные ответы оцениваются в ноль баллов.

Задания с 1 по 5 относятся к базовому уровню сложности и представляют собой не зависящие друг от друга вопросы с вариантами ответа. Каждый правильный ответ оценивается в 3 балла.

Задания с 6 по 8 имеют повышенный уровень сложности. Они базируются на едином кейсе и представляют собой вопросы к нему с вариантами ответа. Каждый правильный ответ оценивается в 5 баллов.

4. Максимально участник может набрать 30 баллов. Для получения максимального количество баллов необходимо дать верные ответы на все задания.

4. Тематическое содержание конкурсных заданий

№ зада- ния	Уровень сложно- сти	Темы курса	Контролируемые требования к проверяемым умениям	Балл
1	Базовый	История российской журналистики: основные этапы (XVIII–XIX вв.)	Знать имена и фамилии наиболее ярких редакторов, издателей, владельцев, журналистов российских СМИ. Знать названия основных журналов, газет. Уметь соотносить их с историческими эпохами. Понимать роль литераторов, чьи фамилии	3

		T	<u> </u>	
			известны из курса	
			русской литературы, в	
			развитии российской	
			журналистики.	
			Понимать основные	
			характеристики	
			контекста, в котором	
			действовали российские	
			журналисты в различные	
			исторические эпохи.	
			Знать имена и фамилии	
			наиболее ярких	
			редакторов, издателей,	
			владельцев, журналистов	
			российских СМИ.	
			Знать названия основных	
		История	журналов, газет, теле- и	
		российской	радиостанций, интернет-	
2	Базовый	журналистики:	изданий. Уметь	3
		основные этапы	соотносить их с	
		(XX–XXI вв.)	историческими эпохами.	
			Понимать роль	
			литераторов, чьи фамилии	
			известны из курса	
			русской литературы, в	
			развитии российской	
			журналистики.	

			Понимать основные характеристики контекста, в котором действовали российские журналисты в различные исторические эпохи. Понимать структуру современного медиарынка России и роль журналистики в нём.	
3	Базовый	Правовое регулирование деятельности журналистов	Ориентироваться в российском законодательстве, регулирующем деятельность СМИ. Иметь представление о правах и обязанностях журналистов. Понимать концепцию авторского права и формы её реализации. Знать основы правового регулирования интернета и новых медиа. Уметь определять признаки дезинформации и фейковых материалов.	3

4	Базовый	Журналистская этика	Ориентироваться в основных понятиях и принципах профессиональной журналистской этики. Иметь представление о социальной ответственности журналиста. Разделять ключевые этические принципы журналиста. Знать названия и содержание основных кодексов журналистской этики.	3
5	Базовый	Журналист как сотрудник редакции	Иметь представление о типологии СМИ. Знать основные этапы выпуска номера газеты, журнала. Понимать основные стадии производства материалов для интернетизданий. Разбираться в типах и особенностях	3

			мультимедийного	
			контента.	
			Знать названия и	
			основное содержание	
			различных	
			журналистских	
			профессий.	
			Иметь представление об	
			организации СМИ как	
			бизнес-структур.	
			Понимать, что такое	
			журналистика, зачем	
			журналистика нужна	
			обществу, что является	
		Журналистика и	«рабочим материалом»	
		медиа.	журналиста, какими	
		Особенности	свойствами обладает	
		профессии	информация.	
6	Повышен	журналиста.	Знать какими качествами	5
	ный		должен обладать	
		Журналистский	журналист, как журналист	
		текст:	работает с информацией,	
		особенности	в чем заключаются	
		подготовки	обязанности журналиста,	
			какие специальности есть	
			в журналистике.	
			Понимать, по каким	
			критериям журналисты	

			отбирают темы для публикации. Уметь собирать информацию и работать с различными источниками. Понимать принципы организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций. Уметь составлять план публикации, определять структуру будущего материала.	
7	Повышен	Тематические направления современной журналистики	Ориентироваться в основных тематических направлениях современной журналистики. Понимать особенности работы журналиста в СМИ различной направленности. Иметь представление о классификации источников информации.	5

			Уметь верифицировать информацию, владеть основными методиками и инструментами верификации.	
			Знать основные жанры журналистских материалов.	
			Уметь выбирать наиболее подходящий жанр для изложения выбранной темы.	
			Ориентироваться в актуальных тенденциях и событиях в различных тематических областях.	
8	Повышен	Журналист в социальных сетях	Понимать, что такое социальные сети и какие функции они выполняют, в чём особенности различных социальных сетей, какие социальные сети самые популярные в мире, какое влияние социальные сети оказывают на журналистику.	5

	Уметь использовать	
	возможности соцсетей.	
	Знать, для чего СМИ	
	создают свои аккаунты в	
	соцсетях, что такое	
	целевая аудитория	
	социальных сетей, как она	
	влияет на публикации.	
	Уметь адаптировать текст	
	под различные типы	
	социальных сетей,	
	подготовить текст для	
	социальных сетей в	
	зависимости от их типа.	
	Знать из каких элементов	
	должен состоять текст,	
	как текст, фото и видео	
	соотносятся в	
	публикациях, какие	
	приёмы визуального	
	оформления новостей	
	существуют.	
Сумма баллов:		30

Для успешного прохождения практического этапа Конкурса необходимо знание следующих разделов учебного курса «Журналистика и медиа» проекта «Медиакласс в московской школе»:

• История российской журналистики: основные этапы.

- Профессиональные стандарты работы журналиста.
 - о Правовое регулирование деятельности журналистов.
 - о Журналистская этика.
- Журналист как сотрудник редакции.
 - о Работа редакции печатных и онлайн-медиа.
 - о Современная журналистика и новые медиапрофессии.
- Журналистский текст: особенности подготовки.
- Тематические направления современной журналистики.
 - о Журналистика общественно-политических и деловых СМИ
 - о Международная журналистика.
 - о Научная журналистика.
 - о Журналистика сферы культуры.
 - о Журналистика стиля жизни.
 - о Спортивная журналистика.
 - о Тема экологии в СМИ.
- Журналист в социальных сетях.

5. Разбор практического этапа Конкурса на примере заданий из демонстрационного варианта

5.1. Задание 1

Пушкин?

Вопрос: Соорганизатором выпуска какого издания выступил А.С.

Ответ: «Литературная газета».

«Важную роль в журналистике 30-х годов сыграл А.С. Пушкин. Он принял самое активное участие в изданиях своего времени и как поэт, и как

публицист. Пушкин плодотворно сотрудничал в «Литературной газете» А.А. Дельвига, сам редактировал несколько номеров этой газеты» 1.

«Участвуя в «Северных цветах», Пушкин не оставлял мысли о создании в Петербурге более оперативного печатного органа, который можно было бы противопоставить реакционной периодике Булгарина и Греча. Понимая, что ни ему, ни Вяземскому правительство не выдаст разрешения на подобное издание, он поручил хлопоты Дельвигу, который еще не успел скомпрометировать себя в глазах правительства. Дельвиг упросил цензурный комитет разрешить ему выпуск «Литературной газеты» без всякой примеси политики, и 1 января 1830 г. появился ее первый номер»².

5.2. Задание 2

Вопрос: В чём заключалось значение Манифеста 17 октября 1905 года для прессы?

Ответ: Была провозглашена свобода слова, что повлекло массовое распространение в стране бесцензурной периодики.

Населению Российской империи «даровались незыблемые свободы на началах действительной неприкосновенности личности, свободы совести, слова, собраний, союзов»³. Вынужденная публикация Манифеста 17 октября вызвала лавину бесцензурной периодики⁴.

5.3. Задание 3

Вопрос: Какое из прав журналиста, работающего в ежемесячном журнале, не зафиксировано Законом РФ «О средствах массовой информации»?

¹ Есин Б.И. История русской журналистики (1703 – 1917). М.: Наука, 2000.

² Западов А.В.: История русской журналистики XVIII–XIX веков. М.: 1973.

³ Высочайший манифест об усовершенствовании государственного порядка // Ведомости Санкт-Петербургского Градоначальства и Столичной полиции. 1905. 18 октября. № 221.

⁴ Манифест 17 октября 1905 года: новые условия для прессы. — https://spb.hse.ru/ixtati/news/382989805.html

Ответ: Расторгнуть с изданием трудовой договор, предупредив об этом работодателя в письменной форме не позднее чем за две недели.

Это право обеспечивается не Законом «О СМИ», а Трудовым кодексом РФ. «Работник имеет право расторгнуть трудовой договор, предупредив об этом работодателя в письменной форме не позднее чем за две недели, если иной срок не установлен настоящим Кодексом или иным федеральным законом. Течение указанного срока начинается на следующий день после получения работодателем заявления работника об увольнении»⁵.

5.4. Задание 4

Вопрос: Разрешают ли этические кодексы российских деловых изданий совершать операции с ценными бумагами журналистам?

Ответ: Лишь некоторые – и только при соблюдении определенных правил.

«В этических кодексах серьезных СМИ есть еще много всего интересного: и о запрете на спекуляцию ценными бумагами, и о нежелательности владения акциями в секторах, о которых пишешь (и в которых поэтому лучше всего разбираешься), и о том, что нельзя оказывать никакие платные услуги тем, о ком пишешь или можешь написать»⁶.

«Сотрудники "Ведомостей" должны избегать совершения каких-либо спекулятивных операций с ценными бумагами и не допускать даже видимости таковых. А именно: ни один сотрудник "Ведомостей" не должен заниматься продажей ценных бумаг без покрытия, т. е. продавать взятые в кредит акции с целью их последующей покупки по более низкой цене.

 $^{^5}$ Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 N 197-Ф3, ред. от 19.12.2022.

⁶ Бершидский Л. Ремесло. М.: 2013.

Кроме того, все менеджеры высшего звена, пишущие сотрудники редакции и сотрудники отдела рекламы не должны совершать краткосрочных сделок с акциями, совершать операции с рисковыми бумагами, а также с высокодоходными ("бросовыми") облигациями. Эти сотрудники должны хранить ценные бумаги такого рода как минимум шесть месяцев, если только в силу особых обстоятельств они не получают предварительного разрешения от генерального директора на их досрочную реализацию. "Правило шести месяцев" не относится к открытым и закрытым паевым инвестиционным фондам с диверсифицированными активами, информация о которых доступна широкой публике.

Сотрудники редакции, отдела рекламы, а также менеджеры, определяющие редакционную или рекламную политику "Ведомостей", не должны покупать или продавать фьючерсы или опционы. Тем не менее эти сотрудники могут инвестировать в индексированные фонды, а также в общедоступные паевые инвестиционные фонды или фонды, инвестирующие в опционы или фьючерсы. Ни один сотрудник редакции или рекламного отдела (так же, как и их ближайшие родственники) не должен владеть ценными бумагами компаний, работающих непосредственно или частично в отрасли, на которой этот сотрудник специализируется»⁷.

«Журналистам РБК нежелательно напрямую (не через фонды) владеть акциями компаний, о которых они пишут (речь не идет об одной акции компании, купленной, чтобы попасть на собрание акционеров). Если такой факт имеет место, о нем должен быть проинформирован шеф-редактор и его заместители. Это ограничение связано с тем, что статьи могут влиять на котировки акций компаний, о которых пишут журналисты»⁸.

⁷ Этический кодекс газеты «Ведомости», ред. 2003 г.

⁸ Редакционный кодекс Объединенной редакции РБК, ред. 2015 г.

5.5. Задание **5**

Bonpoc: Что такое «дедлайн» в журналистике?

Ответ: Крайний срок, до которого нужно успеть завершить работу над журналистским материалом.

«Дедлайн, дедлайна, м. [англ. dead-line граница, которую нельзя переходить] — крайний срок, до которого нужно успеть выполнить какуюлибо работу, дело»⁹.

Кейс (задания 6-8)

Вы работаете в ежедневной газете. Крупная производственная компания, публичное акционерное общество, проводит пресс-конференцию. На ней выступает генеральный директор, сообщая сведения об операционных результатах за второе полугодие. Выясняется, что производство основного продукта снизилось на 7%, его продажи уменьшились на 6%, при этом сокращение происходит на фоне неблагоприятной рыночной конъюнктуры, характеризовавшейся снижением цены во втором квартале на 17%. Загрузка производственных мощностей к настоящему моменту уменьшилась до 75%. На сайте компании опубликован прессрелиз, в нем приведен комментарий генерального директора, сообщившего о том, что компания решила не раскрывать финансовые результаты за полугодие, а также дана ссылка на полугодовой отчёт об операционных результатах.

Кейс базируется на новости о публикации операционных результатов «Северстали» за 2 кв. и 6 мес. 2022 года (21 июля 2022)^{10 11}.

⁹ Егорова Т.В. Словарь иностранных слов современного русского языка. М.: 2014.

¹⁰ https://severstal.com/upload/iblock/a3d/nduqflpg4xpcr8ip79p2x660ezhiaxvb/2.-Severstal-Q2-2022_RUS-20 07 22.pdf

¹¹ https://severstal.com/rus/media/archive/severstal-publikuet-operatsionnye-rezultaty-za-2-kv-i-6-mes-2022-goda/

5.6. Задание 6

Вопрос: Требуется ли вам письменное формализованное редакционное задание на освещение события, подобного описанному в кейсе. И если да, то кто его может выдать?

Ответ: Как правило, достаточно устного задания непосредственного руководителя. Но в отдельных случаях необходимо письменное редакционное задание, подписанное главным редактором.

Письменное формализованное редакционное задание служит подтверждением профессионального статуса журналиста, установленного Законом «О СМИ» (ст. 52) во время исполнения им обязанностей, связанных с выполнением поручения редакции по освещению потенциально конфликтных сюжетов.

Как правило, редакционное задание используется при работе журналиста в особых условиях, предполагающих осуществление профессиональной деятельности в условиях военного положения, в районах боевых действий, вооруженных конфликтов и на территории/объекте проведения контртеррористической операции (ст. 47.1. Закона «О СМИ»). Оно может потребоваться для аккредитации СМИ при органах, организациях, учреждениях (ст. 48 Закона «О СМИ»). Также иметь редакционное задание может быть полезно при освещении выборов, акций протеста, массовых мероприятий (при этом для журналистов, присутствующих на публичных мероприятиях, действует требование иметь особый знак представителя СМИ — бейдж и специальный жилет журналиста 13).

Задание оформляется на официальном бланке организации СМИ за подписью руководителя организации, издателя, главного редактора или

 $^{^{12}}$ Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации», ред. от 29.12.2022.

¹³ Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 22.03.2021 № 30 "Об утверждении вида и описания знака (признака) представителя средства массовой информации, присутствующего на публичном мероприятии" (зарегистрирован 02.04.2021 № 62976).

выпускающего редактора. Оно должно быть актуальным и должно содержать информацию о самом журналисте и о действиях, которые он должен совершить для выполнения данного ему поручения, о месте, в которое направляется сотрудник, и о сроке выполнения поручения. В нем следует указать номер свидетельства о регистрации СМИ в Роскомнадзоре. Также могут предъявляться требования привести поддающуюся проверке информацию об аудитории СМИ (тираж, число слушателей/зрителей — для радио-/телевидения, цифровую аудиторию — для веб-сайтов, социальных сетей).

Очевидно, что письменное формализованное редакционное задание не требуется журналисту для того, чтобы написать рутинную статью. Трудно представить, чтобы подобное требование действовало внутри редакции — подобная бюрократизация процедур в реальной практике излишняя. Также в нем не должна быть заинтересована компания, организующая прессконференцию, так как это автоматически означало бы создание искусственного барьера для журналистов, в чем стремящаяся к паблисити компания, конечно, не заинтересована. Таким образом, журналисту достаточно будет простой просьбы непосредственного руководителя для того, чтобы заняться работой над материалом.

При этом следует обратить внимание, что неправильным является вариант ответа «Подобное редакционное задание вряд ли потребуется. Достаточно будет устной просьбы генерального директора». Генеральный директор не руководит журналистским коллективом в части производства продукта СМИ, поэтому ни устное, ни письменное задание журналистам на освещение событий давать не должен.

5.7. Задание 7

Вопрос: Что будет являться информационным поводом для публикации, над которой вы работаете?

Ответ: Компания сообщила об операционных результатах.

Из всех перечисленных вариантов адекватный информационный повод представляет собой факт публикации компанией операционных результатов о ее деятельности за некоторый период времени. Иные предложенные варианты следует рассматривать как обстоятельства, при которых стала известна интересующая журналиста информация — сами по себе проведение пресс-конференции, выступление гендиректора или публикация пресс-релиза интереса не представляют.

5.8. Задание 8

Вопрос: Вам необходимо адаптировать материал статьи для распространения в соцсетях. Какой из озвученных показателей вы подчеркнёте в анонсе?

Ответ: Производственные мощности компании недозагружены на четверть.

Журналист преследует цель, противоположную цели сотрудника прессслужбы, который стремится подать информацию в виде, максимально удобном для компании (создавая позитивный образ, делая акцент на достижениях, маскируя провалы). Цель журналиста — дать аудитории актуальные и интересные сведения о деятельности компании; информацию, которая будет акцентирована на важных аспектах происходящего.

Из всех перечисленных вариантов наиболее существенным представляется именно факт недозагруженности производственных мощностей компании на четверть. Во-первых, это самодостаточная характеристика: работа с загрузкой только в 75%, очевидно, не является оптимальным режимом функционирования производственной компании. К тому же это дает возможность поместить в анонс «круглую цифру» (четверть, 25%).

Напротив, 7-процентное снижение производства основного продукта и 6процентный спад в продажах не слишком способны впечатлить даже отраслевых аналитиков, не говоря о массовой аудитории.

Зацепиться можно было бы за снижение цен на 17%, однако эта информация сама по себе является лишь фактором, влияющим на показатели деятельности компании (напомним, что новость именно о том, как компания отработала полугодие — и низкие цены, отражая неблагоприятную рыночную конъюнктуру, представляют собой контекст, в котором пришлось компании существовать). И кроме того, это, по большому счету, не новость для интересующегося читателя: чтобы в среднем за период было зафиксировано такое значительное снижение цен, они должны были находиться на низком уровне весьма продолжительное время.

6. Типичные ошибки

При ответе на вопросы участники конкурса могут, «промахиваясь», отмечать не тот вариант, который планировали выбрать. Следует указать им на необходимость быть внимательными и перед сдачей перепроверить правильность выбора всех ответов.

При ответе на вопросы к кейсовым заданиям испытуемые могут невнимательно прочитать текст, ошибочно выделить основной информационный материал, быть «сбитыми с толку» простым, очевидным вопросом или вариантом ответа и т.д. Следует рекомендовать им перечитать описание кейса столько раз, сколько необходимо для полного понимания сути написанного, и лишь затем приступать к выбору ответов.

7. Рекомендуемая литература

Основная литература:

- 1. Александрова И.Б., Колесниченко А.В. Учебное пособие по специальному курсу «Журналистика и медиа». Ред. Толоконникова А.В. М., МГУ: 2022.
- 2. Ахмадулин Е.В., Овсепян Р.П. История отечественной журналистики XX века. М.: 2022.
- 3. Бершидский Л. Ремесло. М.: 2013.
- Есин Б.И. История русской журналистики (1703 1917). М.: Наука, 2000.
- Медиакоммуникации в социальных сетях. Методическое пособие.
 М.: 2022.
- 6. Распопова С.С. Прикладная этика журналиста. М.: 2021.
- 7. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. Учебник. М.: 2016.
- 8. Фетисов А.В., Лученко К.В. и др. Учебное пособие по базовому курсу «Медийная информационная среда». М., РАНХиГС: 2022.

Дополнительная литература:

- 1. Амзин А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом. М.: 2020.
- 2. Западов А.В.: История русской журналистики XVIII–XIX веков. М.: 1973.

Нормативные правовые документы:

- 1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации», ред. от 29.12.2022.
- Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 22.03.2021 № 30 «Об утверждении вида и описания знака (признака)

представителя средства массовой информации, присутствующего на публичном мероприятии» (зарегистрирован 02.04.2021 № 62976).

Приложение 1. План конкурсных материалов для проведения практического этапа Конкурса

1. История российской журиалистики: основные этапы 1.1.1 Указ Пегра I о создании первой русской печатной газеты «Ведомостей», розъ императора в создании (Ведомостей» в пределяющей и при пределяющей и предакторов, издагелей, владельнее, журиалистики компа XVIII в.; журиалистики компа XVIII в.; журиалистики компа XVIII в.; журиалисткая деятельность И.А. Крылова и д.И. Фоняманиа; посмика Фоняманиа с Екатериной II 1.2.1 Журиалистика деябристеры и взапеда; Пушкин сонователь журиала «Современнию 1.2.7 Сотрудничество Пермонгова в печати, оценка тюрчества Лермонгова В Г. Белшеким 1.2.7 Сотрудничество Пермонгова в печати, оценка тюрчества деятельность П.А. Нехрасова, его работа в журиале «Современню» 1.3.3 Журиалистская деятельность И.А. Нехрасова, его работа в журиале «Современню» 1.3.3 Журиалистекая деятельность И.А. Нехрасова 1.3.3 О.М. Достоевский как автор статей, редактор и излатель 1.3.4 М.Е. Салтыков-Шедрин — журиалист, публицист, критик, работа в журиалые «Современню» 1.3.3 Журиалистекая деятельность куриалистика в нём. 1 Базовый 1 Базовый пределя пределя пределя пределя пределя пределя в пределя пределяющий пределя пределяющий предел
1.5.3 «Красная звезда» как главное издание советской военной прессы 1.6.3 СМИ в период демократизации и гласности

2	Базовый	1.6.5 Журналистика эпохи «перестройки» 1.6.6 Отечественная журналистика в рыночных условиях 1.6.7 Закон РФ «О средствах массовой информации» 1991 г. 1.6.8 Появление Интернета 1.6.9 Медиарынок и журналистика современной России журналистика и медиа. Особенности профессии журналиста 1.2.2 Обсуждение значимости информации в современном мире, основных каналов поставки новостей и общественной роли журналистов 1.2.3 Профессиональные качества и умения журналистов 1.2.4 Работа в медиа и возможные специализации в журналистике 1.3.1 Особенности журналистских текстов, их отличие от других видов текста 1.3.2 Подготовка материала для публикации, проработка его темы, идеи, структуры 1.3.3 Тема и её аспекты 1.3.4 Идея и её варианты 1.3.5 Структурные элементы журналистского текста (заголовок, подзаголовок, основной текст, визуальные элементы и пр.) 1.4.1 Структура информационной среды журналиста 1.4.2 Виды и типы источников информации 1.4.3 Основные направления поиска информации 1.4.4 Методы сбора информации 1.4.5 Иерархия источников 1.4.6 Правила работы с первичными и вторичными источниками 1.4.7 Использование ссылок и цитат при подготовке	Понимать, что такое журналистика, зачем журналистика нужна обществу, что является «рабочим материалом» журналиста, какими свойствами обладает информация. Знать какими качествами должен обладать журналист, как журналист работает с информацией, в чем заключаются обязанности журналиста, какие специальности есть в журналистике. Понимать, что такое журналистский текст, по каким критериям журналисты отбирают темы для публикации, какие элементы включает в себя журналистский текст. Уметь собирать и работать с различными	3
3	Базовый	 журналистского материала 1.4.8 Прямые и косвенные ссылки на источники 2. Профессиональные стандарты работы журналиста 2.1. Правовое регулирование деятельности журналистов 2.1.1 Российское законодательство, регулирующее деятельность медиа и журналистов 2.1.2 Права и обязанности журналистов 2.1.3 Закон РФ «О средствах массовой информации»: основные понятия законодательства 2.1.4 Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации 2.1.5 Соблюдение авторских прав 2.1.6 Преследование «пиратства» и плагиата 2.1.7 Возможность свободного использования произведений 2.1.8 Ответственность СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений 2.1.9 Защита чести, достоинства и деловой репутации 2.1.11 Возрастная маркировка контента 2.1.12 Регулирование Интернета и новых медиа 2.1.13 Законодательное противодействие дезинформации и распространению фейков. 	ориентироваться в российском законодательстве, регулирующем деятельность СМИ. Иметь представление о правах и обязанностях журналистов. Понимать концепцию авторского права и формы её реализации. Знать основы правового регулирования интернета и новых медиа. Уметь определять признаки дезинформации и фейковых материалов.	3
4	Базовый	Профессиональные стандарты работы журналиста 2.2 Журналистская этика 2.2.1 Понятия нравственности и морали 2.2.2 Социальная ответственность журналиста 2.2.3 Влияние журналиста на общество 2.2.4 Журналистская этика: основные принципы	Ориентироваться в основных понятиях и принципах профессиональной журналистской этики. Иметь представление о социальной	3

2.2.1 Прявдивиеть с приведения каренальность как каменевае повотия журнальносться и этим объективность как каменевае потоговарям, действениюсть журнальность и подержам, действение стану журнальность до запажность и сей восприятие обществом 2.2.9 Вязание единичных парушений па профессию и не сё восприятие обществом 2.2.10 Пряблема фейнов 2.2.11 Защита от деягиформации, профессиомальное противодействие распространению фейнов 2.2.12 Развитие павыков критического машления и проверки информация и проверки информация и проверки информация и печетики и опыбли жедиа 3.1.1 Типы современных российских газет (классификация по печетовым стану деять и деять с собъемности выхода, формату, темитике, охмир и пр.) 3.1.2 Темности выпуска вомера газеты 3.1.4 Ванность собъюдения делайнов делакции журнала 3.1.5 Темноприя выпуска вомера газеты 3.1.6 Выпуск комера журналь, как классификация и педаготы предважном телета 3.1.6 Камуна, комера журналь, курнальных терентыциями 3.1.5 Темноприя выпуска вомера газеты релакции журна. 3.1.6 Типы современных рессийских журналов, их классификация и характера релакций сопременных интернетыциями 3.1.6 Камуна журналь делакций сопременных интернетыциями 3.1.7 Съепофика журнальства и журналь 3.1.8 Камуна, комера журнальства и журнальст за делакций ображным и упражность и комера и журнальст за журналь 3.1.1 Производство мурнальства и журнальст за журнальст за делакций и мурнальст за журнальст за делакций и мурнальст за журнальст за журнальст за делакций и мурнальст за журнальст за комера журнальст за журнальст за комера журнальст за курнальст за курнал		T		Ţ	
2.2.7 Курпалистия а вачестве инстремента помощи и подвержази, действенность журналистими 2.2.8 Опспесоти необолодения этических грипципов 2.2.9 Вливине единичных парушений на профессию и на се восприятие обществом 2.2.10 Пробъем фейков и фальсификаций 1.2.11 Защита от деящеформания, профессию па пераверки информацию печатики с пользание противодействие распространению фейков 2.2.12 Развитите павлямо критического мышления и проверки информацию и печатики и опывай-медиа 3.1.1 Типы современных рессийских газет (классификация и печатики и опывай-медиа 3.1.1 Типы современных рессийских газет (классификация и печатики и опывай-медиа 3.1.3 Профессиональные тераниы сотрудников реграции и изета 3.1.4 Важность соблюдения дедилинов 3.1.5 Примости объеменных рессийских хурналов, их классификация и характерные сосбенности 3.1.6 Вакумск можер журнала, от зати в делей и д			2.2.5 Этический кодекс российских журналистов		
2.2.7 Журналистика в качестве инструмента помощи и поддержил, действенность журналистика 2.2.8 Опасности несоблюдения этических принципов 2.2.9 Визоние единичных нарупечий за профессию и на её восприятие обществом 2.2.10 Проблем фейков и фальсификаций 2.2.11 Защита от делиформации, профессиональное противодействие распространению фейков 2.2.12 Развитие навыков критического мышления и промерки информации 1.3.1 Курналист как сотрудник редакции на промерки информации 1.3.1 Укривалист как сотрудник редакции (касасфикация по периодичности выхода, формату, тематике, оквату и пр.) 3.1.1 Типы современных российских газет (касасфикация по периодичности выхода, формату, тематике, оквату и пр.) 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции такеты 3.1.4 Важность соблюсения деланію в 3.1.5 Пипы современных российских ауриалов, их кавенфикация и характерные особенности 3.1.6 Вытуск помера журнала (отрудников редакции на мурналист заданий 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнали 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнали 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнали 3.1.7 Опецифика журналистской работы в журнали 3.1.7 Опецифика журналистской работы в журнали 3.1.7 Опецифика журналисткой работы в журнали 3.1.7 Опецифика журналисткой работы в журнали 3.1.7 Опецифика журналисткой работы в журнали 3.1.7 Опецифика журналистика и помы медиапрофессии 3.2.2 Струмунун в практи помы медиапрофессии 3.2.2 Струмунун в практи помы медиапрофессии 3.2.2 Струмуния практи по протаводетну журналистком темет до отружить подитовы и др. из объявление бот развиты в подактира до отружиться и помы медиапрофессии 3.2.2 Струмуния практи по протаводетну журналистиков предактира на др. из объявление бот развиты в практити и задачи 3.2.2 Особенности практими и практивном продъежно практивном продъежно предактира на др. из объявление объявлен					
2.2.8 Опасности всеоболодения этических принципов 2.2.9 Влявине единичных парушений на профессию и на ев воспрыятие обществом 2.2.10 Проблема фейков и фанк-афикации от 2.2.11 Защита от делянформации. Профессиональное противодействие распространению фейков и диальснующих профессиональное противодействие распространению фейков и диальснующих профессиональное противодействие распространению фейков и диальснующих и промерки информации . 3. 1. Защита образования профессиональное противодействие распространению фейков и диальснующих и промерки информации . 3. 1. Работа редакции печатики и оплайн-медиа . 3. 1. В гамно корременных россейских тазет (классыфикации по периодичности выхода, формату, тематике, оквату и пр.) . 3. 1. В Тины современных ресейских курналов, их классификации и характерные особенности . 3. 1. В Важность соблюдения дедлайнов . 3. 1. В Специанства муриалистьской рефоссий . 3. 1. В Специанства ки твортоскам профессия . 3. 2. Струхтура и цита современный учиты . 3. 2. Сороменныя журиалистьской рефоссий . 3. 2. Струхтура и цита . 3. 2. Сороменныя журиалисть . 3. 2. Струхтура и цита . 3. 2. Струхтура и профессия . 3. 3. Стецианства на медатика					
2.2.8 Опасности несоблюдения этических принципов 2.2.10 Вланите сищичных науричений на профессию и на её восприятие обществом 2.2.10 Проблема фейков и фальсификаций 2.2.11 Защита от делиформации, профессиональное протиродействие распрестраении фейков 2.2.12 Развитие навыков критического мышления и проверки информации 3. 1 Набота редакции пезатик и оплайн-медиа 3.1.1 Тимы современных рессийских твэст (илассификация по периодичности пакхода, формату, тематике, охвату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска помера газеты 3.1.3 Профессиональные термины согрудциков редакции такеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Тимы современных российских журналов, и классификация укранация 3.1.7 Специфика журванистекой работы в журнаца 3.1.7 Специфика журванистекой работы в журнаца 3.1.9 Особенности подготовки текстов для публикации 3.1.9 Универеальный (конвергентный) жууналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации 3.2.2 Отрудткур и штат современный распраменный 3.2.2 Струхтура и штат современной редакции 3.2.3 Особенности работы инеф-редактора, корреспонадента, форметора, корреспонадента, фоткоростора, редакционным процессом 3.2.2 Торудники педаники и 3.2.3 Сотрудники от прадакции в медиа (дрт- директора, бильфевакции и педаную дра, их объязиности в задачи 3.2.3 Струдники педанисты по продижении 3.3.4 Особенности работы инеф-редактора, корреспонадента, фоткоростора, редакционным процессом 3.2.4 Струднука и прадакции и медиа (дрт- директора, бильфевакции и педаную дра, их объязиности в задачи 3.2.3 Струдники по продактур муди» - и видеокоптента (ведущего, комментатора, корреспонадента, фоткоросторов, продвосера, коитент- менаджеры и специалисты по продижаению 4. Журналистекси тежы и дрей будущего материа 4. 1 Торужутура муданоста по продижаению 4. 1 Торужутура журналистеков тежы и дрей будущего материала 4.1.1 Организация фотко 4.1 Стружутура муданоста по продижаению 4.1 Стружутура муданостам от честа 4.1.1 Организация работы над журна петенам 4.2.3 Пований билы 4				_	
2.2.10 Проблема фейков и фальсификаций в профессию и на се восприятие обществом 2.2.10 Проблема фейков и фальсификации 2.2.11 Защита от лежиформации, профессиональное прогиводействие распространению фейков 2.2.12 Развитие навыков критического мышления и проверки виформации поетвых и подвативнения и проверки виформации печатых и оплайн-медна 3.1.1 Тины своременных российскок извет (классификация по периодичности пыхода, формату, тематике, оквату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска помера газеты 3.1.3 Профессиональные гермины согрудников редакции тазеты 3.1.4 Важность собикидения дедийнов 3.1.5 Тины своременных рыссийских муриалов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск помера журиала; организация работы редакций современных интернетидаций 3.1.7 Специфика журиалистской работы в журиала 3.1.7 Специфика журиалисткой работы в журиалист за 1.1.1 Производство мультименных интернетидаций 3.1.9 Универеальный (конвертентный) журналист за 1.1.1 Производство мультимедийного и мультимерийного и мультимерийного и 3.2.1 Журналистка и покы медиапрофессии 3.2.2 Сотружника укранистика и покы медиапрофессия 3.2.2 Сотружника и покы медиапрофессия 3.2.2 Сотружника предъсков организации (МИ как бизнес-структур). 3.2.9 Медиаменеджеры и пенетанка и мультимецийных изадачи 3.2.3 Родь главиного редактира в управлении редакции печатных и мультимецийных изадачи 3.2.3 Сотружника от работы пеф-редактора, корресноваеття, федрактора, корресноваеття, федрактора, корресноваеття, федрактора, корресноваеття, федрактора, корресноваеття, редактора райоты на дауч 3.2.2 Медиаменеджеры и специалисты по продумижению 4.1 Сружура журавлистеком торком медиапром федрактира бразвиния буражнего комстени бъеджение от ката федрактира и подмежения подисловки части подмежения от предържнего в подмежения подмежения подмежения от подмежения подмежени					
её восприятие обществом 2.2.10 Проблема фейков и фальсификаций 2.2.11 Зашита от деялиформации, профессиональное противодсіствие распространеции фейков 2.2.12 Развитие навыков критичского мышления и ипромерки информации 3. Журиалист как сотрудник редакции 3.1 Работа редакции печатнах и оплайи-медиа 3.1.1 Типы современных российских тазет (классификация и периодичности выхода, формату, тематике, оквату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Важность соблюдения дедляйнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификации и дарактернае особенности 3.1.6 Выпуск номера журнаные старання производства материалов 3.1.7 Специфика журналия 3.1.7 Специфика журналия 3.1.7 Специфика журналие техоб работы в журнале 3.1.8 Расмо войоты редакций современных интернетизацийй 3.1.9 Озобенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданий 3.1.1 Производство мультимедийного и мультимедийного и мультимедийного и мультимедийного и мультимедийного и мультимедийного коттекта 3.2.2 Струхтура и штат современный работы в журнале и др.					
2.2.10 Пороблема фейков и фальсификаций 2.2.11 Защита от делинформации профессиональное противодействие распространению фейков 2.2.12 Распите навыков критического мышления и проверки информации 3. Журналист как сотрудник редакции 3.1.1 Типы современных российских тазет (классификация по гернодичности выхода, формату, тематике, охвату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера тазеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Важность собыодения делыйнов 3.1.5 Типы современных российских журналю, их классификация и характерные особенности высода, формату, тематике, охвату и пр.) 3.1.5 Типы современных риссийских журналю, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы релакции журнала 3.1.7 Спенифика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизацийй 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в витернет-изданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист за 3.2 Совреженнях журналистем за 1.2 Корталистика как творческая профессия 3.2.4 Тураципионные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудника и итата современног контента 3.2 Совреженнях журналистика как творческая профессия 3.2.2 Стружтура и итата современной редакции 3.2.3 Роль глапного редактора друговы предакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспоиденты, коррескоры, редакторы, корреспоиденты, корреспоиден				_	
2.2.11 Защита от деминформации, профессиональное противодействие распространению фейков 2.2.12 Развитие навыков критического мышления и проверки информации 3.1 Работа редакции печатных и оплайн-медпа 3.1.1 Типы современных российских тазет (классификация по периодичности выхода, формату, тематике, окавту и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников реажими изасты 3.1.4 Важность собиодения дедивйнов 3.1.5 Типы современных российских журиалов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала, организация работы редакции журнали 3.1.7 Специфика журналистекой работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций курналист 3.1.10 Особенности опротовки текстов для публикации в интериет-издаций 3.1.9 Уинверальный (конвергентный) журналист 3.1.11 Производство мультимедийного и мультивлатформенного контента 3.2 Современная журналист 3.1.11 Производство мультимедийного и мультивлатформенного контента 3.2.2 Современная журналист 3.2.3 Роль главного редактора контента 3.2.2 Современная журналистики и продвессий 3.2.5 Струдням редакции нечатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности отдета дизайна в медна (артдирентора, фелактора сайта и др.) 3.2.7 Сотруднями годен за др. 3.2.8 Специалистых и годен за др. 3.2.9 Медивиченскую разводенного констата, коррестовдению др. 3.2.9 Медивичений годен за др. 3.2.9 Медивичений годен за др. 3.2.9 Медивичений тоден за др. 3.2					
2.2.12 Развитие навыков критического мышления и проверки информации 3. Журиалист как сотрудник редакции за трибога редакции цезитыка и одлайн-медиа 3.1.1 Тиша современных российских газет (классификация в по периодчичости выхода, формату, тематике, охвату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска помера тазеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции тазеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Тишь современных российских хариа 3.1.6 Выпуск номера журнале, одлайнов 3.1.7 Специфика журналисток 3.1.6 Выпуск номера журнале, одлайнов 3.1.7 Специфика журналисток 3.1.6 Выпуск номера журнале, одлайнов 3.1.7 Специфика журналисток 3.1.10 Особенности подготовки техстов для публикации в интернет-изданий 3.1.9 Универсальный (конверситный) журналисто 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-издания 3.2.2 Структура и цтат современных интернет-изданий 3.2.2 Структура и штат современной редакции редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции нечатных и мультимедийного и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности подготора, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация баботы на журналистем по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация баботы на журналистем по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация баботы на журналистем по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация баботы на журналистемого текста продосера, контен-менеджера, сторяе-мейкера и др.) 3.2.9 Медимаснеджера и специалисты по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация работы на журналистемого текста продосера, контен-менеджера, сторяе-мейкера и др.) 3.2.9 Медимаснеджера и специалисты по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация баботы на журналистекого текста продосера, контен-менеджера, сторяе-мейкера и др. 3.2.9 Медимаснеджера и специалисты по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация работы по производству аудио и видексом 1.1.1 Организация работы предыты по производству а предыты по производ				этики.	
2.2.12 Развитие навыков критического мышления и проверки информации					
3. Журналист как сотрудник редакции 3. 1 Рабога редакции печатных и онлайн-медия 3.1.1 Титы современных российских талет (классификация tо периодичности выхода, формату, тематике, охвату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции тахеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Титы современных российских журналов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала, организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистий дорганизация в контента. 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизаний 3.1.9 Универеальный (конвертентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданий 3.1.11 Производство мультимедийного и мультинатформенного контента 3.2.2 Современных журналистийного и мультинатформенного контента 3.2.2 Сорофенных журналистийного и задами задами задами задами доргажний задами задам					
3. Журналист как сотрудник редакция Иметь представление от типологии СМИ. 3.1.1 Типы современных российских тазет (классификация по периодичности выхода, формату, тематике, оквату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска помера тазеты 3.1.3 Профессиональные гермины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Важность соблюдения делийнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификация и харкатерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журналы; организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернет-изданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности полотовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного контента 3.2 Современная журналистика и новые медыварофессии 3.2.1 Журналистика и новые медыварофессии 3.2.2 Курналистика как творческая профессия 3.2.2 Соружтура и штат современной редакции 3.2.3 Курналистика как творческая профессии 3.2.4 Тралиционным процессом 3.2.4 Тралиционным процессом 3.2.4 Тралиционным процессом 3.2.5 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдируктора, бильденактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и залачи 3.2.8 Специалисты, по производетя уадию и выдоколитетна (ведущего, комментатора, корреспоцента, редактора-райтера, спепариста, продосера, коитент-менеджера и специалисты по продвижению 4.1 Структура журналистекого текста продосера, коитент-менеджера, сторые-мейкера и др.) 3.2.9 Медиванеджера и специалисты по продвижению 4.1 Структура журналистекого текста 4.1.1 Организация работы над журналистеким текстом 4.1 Структура журналистекого текста 4.1.1 Организация работы над курналистеким текстом 4.1.2 Определенно темы и наден будущего материала 4.1.3 Побазащный план 4.1.4 Работа над заголовком 4.1.2 определенно темы и наден будущего материала 4.1.3 Побазащный план 4.1.4 Работа над заголовком 4.1.2 определенно темы и наден будущего материала 4.1.3 посазащные 4.1.2 определенно темы и на					
3.1. Работа редакции печатных и оплайи-медиа 3.1.1 Типы сопременних российских тачет (классификация по периодичности выхода, формату, тематике, охвату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиопальные термины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Бажность соблюдения деллайнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификация и характеривые особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала. 3.1.7 Специфика журнала росайских журналов, их классификация и характеривые особенности в журнала дале особенности зале и террабираться в типах и особенности зале и террабираться в типах и особенности зале у мультимедийного контента. 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-чаданий зале у мультимедийного и мультимилатформенного контента залать называния и основное содержание различных журналистских профессий. Иметь представление об организации СМИ как бизнес-структур. 5 Базовый за Современная журнальстика и повые медиапрофессии зал.2. Хурналысто редактора в управлении редакционным процессом зале транамент редакционным процессом зале транамент редакционным процессом зале транамент редакционным процессом зале транамент редакции отдела дигайна в медиа (артадираментора, редактора делактора, редактора, редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, продюсера, контент менеджера, сторис-мейкера и др.) залежности подготовки 4.1 Структура журналистского текста продюсера, контент менеджера, сторис-мейкера и др.) залежности предвосора, контент менеджера, сторис-мейкера и др.) залежности предвижению чурнате мететом на драгитации огновных структурыхы баментом трементом убраниетского текста. Поимать функции основных структурыхы 4.1 Структура журналистского текста. Поимать функции основных структурых баментом трементом убранистского текста. Поимать функции основных		1		11	
3.1.1 Типы современных российских тазет (класенфикация по периодичности выхода, формату, гематике, оклагу и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск помера журнала 3.1.7 Специфика журнала 3.1.7 Специфика журнала 3.1.8 Режим работы редакций современных интериетнизаций 3.1.9 Универсальный (конвертентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации 3.1.9 Универсальный (конвертентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации 3.2.1 Журналистика и новые мещапрофессии 3.2.2 Сорременная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.2 Соружтура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора пупальении реавкционным процессом 3.2.4 Тралиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции нечатных и мультимедийных изааний 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, федактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артудиректора, федактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артудиректора, федактора сайта и др. 3.2.9 Медиаменеджера, отогорафа, леб-дизайнера и др.), их обязанности и заавчи 3.2.8 Специалисты по продвижению 4.1. Структура журналистком тексто пороловки (4.1.1 Организация работы над журналистским тексто пороловки (4.1.1 Организация работы над журналистским тексто пороловки (4.1.2 Определение темы и идея будисто материала 4.1.3 Повайный пала 4.1.3 Повабацийный пала 4.1.4 Работы над журрналистским тексто пороловка (4.1.2 Определение темы и идея будисто материала 4.1.2 Определение темы и идея будисто материала 4.1.3 Повабацийный пала 4.1.4 Работы над журрналистским тексто пороловка (4.1.2 Определение темы и идея будисто материала 4.1.3 Повабацийный пала 4.1.4 Работы над зурналистским тексто пороловка (4.1.2 Определение темы и идея будисто материала 4.1.2 Определение темы и ид					
(классификаций по периодичности выхода, формату, тематике, оквату и пр.) 3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции тазеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала, их классификация и характерные особенности 3.1.7 Специфика журналистокой работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизациий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подтоговки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2.1 Курналистика и новые медиапрофессии 3.2.2 Структуря и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники предакции нечатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бывьдердактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты от производству уздио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корресподента, продосера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4.1 Отруктура журналистского текста 4.1.1 Отразивации работы над журналистым текстом 4.1.2 Определение темы и иден будущего материала 4.1.3 Повышения 4.1.3 Повозацный план 4.1.4 Работа над заурнавистским тексто подтотовки журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов потролятьсяций.					
з.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернет- изданий 3.1.9 Универсальный (коивергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки техстов для публикации в в интернет- изданий 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Стурктура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрумики редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспоидента, фотокорреспоидента, корресктора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотруднико отдела дизайна в медиа (артдиректора бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеокоптента (ведущего, комментатора, корреспоидента, редактора треда сценариста, про двоера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменсджеры и специалисты по продвижению 4.1 Куризинстский тежст: сообенности подтотовки 4.1.1 Организация работы над журналистектого текста. Понимать функции ословных структурных заменетов публикаций.					
3.1.2 Технология выпуска номера газеты 3.1.3 Профессиональные термины сотрудников реавкции тазеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнали траданий 3.1.9 Универсальный (конвертентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производеть мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.1.11 Протавля журналистика и новые медмапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Сторжентныя журналистика и новые медмапрофессии 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медмапрофессии 3.2.5 Сотрудники процессом 3.2.5 Сотрудники процессом 3.2.7 Сотрудники процессом 3.2.7 Сотрудники процессом 3.2.8 Специалистика как творческая профессии 3.2.5 Сотрудники процессом 3.2.7 Сотрудники процессом 3.2.8 Структура и штат современной редакции в редакционным процессом 3.2.8 Специалисты подпотовки и мультимедийного контента 3.2.5 Соторудники процессом 3.2.7 Сотрудники процессом 3.2.8 Специалисты подпотовки и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы пеф-редактора, редактора, коррестовдента, фотокрафа, кеб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по продвиженно 4.1. Структура журналистексто текста 4.1.1 Организации заботы подпотовки 4.1.1 Организация работы нада журналистеки тексто подпотовки 4.1.2 Определение темы и иден будущего материала 4.1.3 Поабзащный план 4.1.3 Поабзащный план 4.1.3 Поабзащный план 4.1.4 Работы нада журналистекки тексто подпотовки мурналистекого текста 4.1.2 Определение темы и иден будущего материала и мурналистекого текста 1.10 пимать функции осповных структурных 3.10 мурналистекого текста 1.10 пимать функции осповных структурных 3.10 мурналистекого текста 1.10 правизация работы нада журналистекого текста 1.10 пимать функции осповных структурных 3.10 межетов техниций пределатора предел				_	
3.1.3 Профессиональные термины сотрудников редакции газеты 3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Типы современных российских журналов, их классификации у характерные сосбенности 3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-издания 3.1.11 Производство мультимедийного и мультимедифироменного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продосера, контента, редактора-райтера, сценариста, продосера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медименеджеры и специалисты по провижению 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы ад журналистским текстом 4.1.2 Определение текст: особенности подготовки 4.1.1 Организация работы ад журналистским текстом огновных структурных значкиций и дана и дражащий современных и делейство подготовки ад 1.1 Организация даботы ад 3 умерацистского текста. Понимать функции основных структурных значенов публикаций. 5					
3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов 3.1.5 Титы современных российских журналов, их классификации и характерные особенности з.1.6 Выпуск момера журнала; организация работы редакции журнала з.1.7 Специфика журналистской работы в журнале з.1.8 Режим работы редакций современных интернетизданий з.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист з.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях з.1.11 Производство мультимедийного и мужьтиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии з.2.2 Структура и штат современной редакции з.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом з.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии з.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий з.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора сайта и др. з.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, продосера, коптент-менеджера, сторис-мейкера и др.), их обязанности и задачи з.2.8 Специалисты по производству аудно- и видеокоптента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продосера, коптент-менеджера, сторис-мейкера и др.), з.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4.1.2 Спределение текст: особенности подготовки 4.1.1 Организация даботы над журналистским текстом 4.1.2 Определение текст: особенности подготовки 4.1.1 Организация даботы над журналистским текстом организации муньальнстского текста. 1.10 дабания план 4.1.3 Поабанный план 4.1.3 Поабанный план 3.1.4 Работа над заголовком засментов публикаций. 5					
3.1.4 Важность соблюдения дедлайнов доль их классификация и характерные особенности дедакция курнала доль их классификация и характерные особенности дедакция курнала доль их классификация и характерные особенности дедакция современных интернетызаний дель и дель дель и дель дель дель дель дель дель дель дель					
3.1.5 Пипы современных российских журналов, их классификация и характерные особенности 3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизданий 3.1.9 Универеальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийното и мультиплатформенного контента 3.2.1 Мурналистика как творческая профессия 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции редакционным процессом 3.2.5 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдрелактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корресполдента, редактора-дайтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корресполдента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4.1 Структура журналистског текста 4.1.1 Организация и специалисты по продвижению 4.1.1 Организация в работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабащимй план 4.1.3 Поабащимй план 4.1.4 Работа над заголовком элементов публикаций. 5			*		
особенностях мультимедийного кореанизация работы редакции журнала з.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала з.1.7 Специфика журналистской работы в журналисты заданий з.1.9 Универеальный (конвергентный) журналист з.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях з.1.11 Производство мультимедийного и мультимелиформенного контента з.2. Современная журналистика и новые медиапрофессии з.2.2 Структура и штат современной редакции з.2.3 Роль главного редактора в управлении редакции нечатных и мультимедийных изданий з.2.6 Особенности работы шеф-редакцонами печатных и мультимедийных изданий з.2.6 Особенности работы шеф-редактора, корреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, фотокорреспондента, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, продосера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.), их обязанности и задачи з.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журиалистских продосера контента по продвижению 4. Куриалистского текста и иден будущего материала или основных структурных зементов публикаций. 5					
3.1.6 Выпуск номера журнала; организация работы редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиндатформенного контента 3.2. Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора сайта и др. ультимедийных изданий 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдивектора, бильдредактора сайта и др.) диектора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.) 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдивектора, бильдредактора сайта и др.) видеоконтента (ведущего, комментатора, коррестондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджера и специалисты по продвижению 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистском текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 3.1.4 Работа над заголовком 3.2.6 онование темы и уден будущего материала основных структурных зомементов публикаций.					
редакции журнала 3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернет- изданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Сообенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Согрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (арт- директора, бильдерсактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видосконтента (велущего, комментатора, корреспондента, фотокорреспондента, продюсера, контиетта менедиежра, сторие-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журиалистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Отределение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 мурналистского текста. Понимать функции основых структурных основых структурных основых структурных основых структурных					
3.1.7 Специфика журналистской работы в журнале 3.1.8 Режим работы редакций современных интернетизданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикащии в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2. Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора фотографа, веб-дизайнера и др.) их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству зудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сперис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1.1 Отружтура журналистского текста 1.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Отределение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 3 Нать названия и основание об организации и мурналистского текста. Понимать функции основых структурных эдементов публикаций.				·	
3.1.8 Режим работы редакций современных интернет- изданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет- изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика и как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (арт- директора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продосера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста Повышенн ый Повышенн ый Повышенн ни 4.1.3 Поабзащный план 4.1.3 Поабзащный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 оденственского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.					
изданий 3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продосера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций. 5 элементов публикаций.					
3.1.9 Универсальный (конвергентный) журналист 3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), а собязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журиалистский текст: сосбенности подготовки 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабащный план 4.1.4 Работа над заголовком 3.1.4 Иметь представление об организации СмИ как бизнес-структур. 3.2.5 Сотруктуры журналистского текста. Понимать принципы организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.					
3.1.10 Особенности подготовки текстов для публикации в интернет-изданиях 3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.4 Работа над заголовком 5 лементов публикаций. 5 заементов публикаций.					
Базовый 3.1.1 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Сообенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабазцный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 структурных 5 элементов публикаций.					
3.1.11 Производство мультимедийного и мультиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Повышенный лан 4.1.4 Работа над заголовком			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
Базовый Мудьтиплатформенного контента 3.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4.1. Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 олементов публикаций. 5 олементов публикаций.					
3.2.2 Современная журналистика и новые медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 основных структурных элементов публикаций.	5	Базовый			3
медиапрофессии 3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 олементов публикаций.					
3.2.1 Журналистика как творческая профессия 3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, пролюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций. 4. Повышены 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком					
3.2.2 Структура и штат современной редакции 3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1.1 Структура журналистского текста 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзащный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 олементов публикаций.					
3.2.3 Роль главного редактора в управлении редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (велущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций.					
редакционным процессом 3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.					
3.2.4 Традиционные и новые медиапрофессии 3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций.			1 7 7		
3.2.5 Сотрудники редакции печатных и мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1.1 Огранизация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций.					
мультимедийных изданий 3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5					
3.2.6 Особенности работы шеф-редактора, редактора, корреспондента, фотокорреспондента, корректора, редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 3.2.6 Специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистским текстом 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5					
редактора сайта и др. 3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 одновных структурных элементов публикаций.					
3.2.7 Сотрудники отдела дизайна в медиа (артдиректора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций.					
директора, бильдредактора, фотографа, веб-дизайнера и др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций.					
др.), их обязанности и задачи 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 элементов публикаций.					
3.2.8 Специалисты по производству аудио- и видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 3.2.8 Специалисты по производству аудио- и продюсера, комментатора, корреспонденариста, продюсера и др.) 3.2.9 Медиаменеджера и др.) Понимать принципы организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.					
видеоконтента (ведущего, комментатора, корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 олементов публикаций.					
корреспондента, редактора-райтера, сценариста, продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 олементов публикаций.					
продюсера, контент-менеджера, сторис-мейкера и др.) 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 5 организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.			· · ·		
3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 3.2.9 Медиаменеджеры и специалисты по продвижению Понимать принципы организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.					
6 Повышенн ый 4. Журналистский текст: особенности подготовки 4.1 Структура журналистского текста 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком Понимать принципы организации журналистского текста. Понимать функции основных структурных элементов публикаций.					
4.1 Структура журналистского текста организации журналистского текста. Повышенн ый 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком элементов публикаций.		1			
4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 4.1.4 Работа над заголовком 4.1.5 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.6 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.7 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.8 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.9 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.1 Организация работы над журналистским текстом 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Понимать функции 4.1.4 Работа над заголовком 4.1.5 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.6 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.7 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.8 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.9 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.9 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.1 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Понимать функции 4.1.4 Работа над заголовком					
6 Повышенн ый 4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план основных структурных элементов публикаций.				_	
ый 4.1.3 Поабзацный план основных структурных элементов публикаций.			4.1.1 Организация работы над журналистским текстом	журналистского текста.	
ый 4.1.3 Поаозацный план основных структурных элементов публикаций.	6	l		 -	
	-		4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала		5
4.1.5 Функции заголовка в журналистском материале Уметь составлять план			4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план	основных структурных	5
			4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком	основных структурных элементов публикаций.	5
4.1.8 Роль первого абзаца и анонса в журналистском публикации, определять			4.1.2 Определение темы и идеи будущего материала 4.1.3 Поабзацный план 4.1.4 Работа над заголовком 4.1.5 Функции заголовка в журналистском материале	основных структурных элементов публикаций. Уметь составлять план	5

материале 4.1.11 Работа над основным текстом материала 5. Тематические направления современной журналистики 5.1 Журналистика общественно-политических и деловых СМИ 5.1.2 Особенности работы журналиста в общественно-политических и деловых СМИ: основные специализации 5.1.3 Источники информации общественно- 1.1.3 Источники информации общественно-	
5. Тематические направления современной журналистики Ориентироваться в основных тематических и направлениях деловых СМИ 5.1 Журналистика общественно-политических и деловых СМИ направлениях современной современной журналиста в общественно-политических и деловых СМИ: основные специализации 5.1.3 Источники информации общественно- понимать особенности работы журналиста в СМИ	
журналистики 5.1 Журналистика общественно-политических и направлениях современной 5.1.2 Особенности работы журналиста в общественно-политических и деловых СМИ: основные специализации 5.1.3 Источники информации общественно-работы журналиста в СМИ	
5.1 Журналистика общественно-политических и деловых СМИ современной современной 5.1.2 Особенности работы журналиста в общественно-политических и деловых СМИ: основные специализации 5.1.3 Источники информации общественно-	
деловых СМИ 5.1.2 Особенности работы журналиста в общественно- политических и деловых СМИ: основные специализации 5.1.3 Источники информации общественно- современной журналистики. Понимать особенности работы журналиста в СМИ	
5.1.2 Особенности работы журналиста в общественно- политических и деловых СМИ: основные специализации 5.1.3 Источники информации общественно- журналиста в СМИ	
политических и деловых СМИ: основные специализации Понимать особенности 5.1.3 Источники информации общественно- работы журналиста в СМИ	
5.1.3 Источники информации общественно- работы журналиста в СМИ	
политических и деловых изданий различной	
5.1.4 Контент общественно-политических и деловых направленности.	
СМИ Иметь представление о	
5.1.5 Жанры и тематика общественно-политической и классификации	
деловой журналистики источников информации.	
5.2 Международная журналистика Уметь верифицировать	
5.2.3 Особенности работы журналиста-международника информацию, владеть	
5.2.4 Жанры, задачи и тематика международной основными методиками и	
журналистики инструментами	
5.2.5 Язык международной журналистики верификации.	
5.3 Научная журналистика Знать основные жанры	
5.3.3 Особенности работы научного журналиста журналистских	
5.3.4 Источники информации журналиста в сфере науки материалов.	
и технологий Уметь выбирать наиболее	
5.3.5 Преобладающие в научной журналистике жанры и подходящий жанр для	
тематика тематика жанры н нодходащий жанр для	
5.4 Журналистика сферы культуры Ориентироваться в	
5.4.4 Особенности работы журналиста сферы культуры, актуальных тенденциях и	
основные направления и специализации событиях в различных	
5.4.5 Источники информации журналиста сферы тематических областях.	
7 Повышенн культуры 5.4.6 Преобладающие жанры и тематика СМИ о	5
культуре	
5.4.7 Язык журналистики сферы культуры	
5.5 Журналистика стиля жизни	
5.5.5 Особенности работы журналиста в СМИ о стиле	
жизни, ключевые источники информации в этой сфере,	
преобладающие жанры и тематика	
5.5.6 Язык журналистики стиля жизни	
5.6 Спортивная журналистика	
5.6.3 Коммуникации в спорте	
5.6.4 Спортивная журналистика как профессия	
5.6.5 Специализации в спортивной журналистике	
5.6.6 Источники информации в спортивной	
журналистике	
5.6.7 Жанры и тематика спортивной журналистики	
5.6.8 Язык спортивной журналистики	
5.8 Тема экологии в СМИ	
5.8.1 Тема экологии в современной журналистике	
5.8.2 Освещение экологической тематики в российских	
СМИ	
5.8.3 Потенциал экологической журналистики	
5.8.4 Основные тенденции экологической журналистики	
5.8.5 Особенности работы журналиста при освещении	
вопросов экологии	
5.8.6 Источники информации журналиста при	
подготовке материалов об окружающем мире и	
протекающих в нем процессах	
5.8.7 Жанры, форматы, тематика материалов об	
экологии	
Повышенн 4. Журналист в социальных сетях Понимать, что такое	_
4.1 Особенности работы журналиста в социальных социальные сети и какие	5
сетях. Подготовка текста для социальных сетей функции они выполняют, в	1

Сумма ба	ллов:			30
			существуют.	
			оформления новостей	
			приёмы визуального	
			публикациях, какие	
			соотносятся в	
			текст, фото и видео	
			должен состоять текст, как	
			Знать из каких элементов	
			зависимости от их типа.	
			социальных сетей в	
			подготовить текст для	
1			социальных сетей,	
			под различные типы	
			Уметь адаптировать текст	
			влияет на публикации.	
			социальных сетей, как она	
			целевая аудитория	
			соцсетях, что такое	
			создают свои аккаунты в	
			Знать, для чего СМИ	
		социальных медиа	возможности соцсетей.	
		4.1.8 Адаптация содержания под различные типы	Уметь использовать	
		4.1.7 Соотношение картинки, видео, аудио и текста	журналистику.	
		зависимости от типа платформы и целевой аудитории	оказывают на	
		4.1.6 Специфика подготовки текстов для соцсетей в	социальные сети	
		4.1.5 Ведение официальных аккаунтов	мире, какое влияние	
		4.1.4 Особенности работы журналиста в соцсетях	сети самые популярные в	
		4.1.3 Форматы контента соцсетей	сетей, какие социальные	
		4.1.2 Специфика различных платформ	различных социальных	
		4.1.1 Разнообразие социальных медиа	чём особенности	

Приложение 2. Демонстрационный вариант конкурсных заданий практического этапа Конкурса

1. Соорганизатором выпуска какого издания выступил А.С. Пушкин?

№	Ответ	Баллы
1	«Свиток муз»	
2	«Литературная газета»	3
3	«Соревнователь просвещения и благотворения»	
4	«Санкт-Петербургские ведомости»	

2. Какие из перечисленных видов СМИ существуют в современной России (выберите наиболее полный ответ)?

№	Ответ	Баллы
1	Радио, телевидение	
2	Печатные СМИ, радио- и телеканалы, радио-, теле-,	
	видеопрограммы, сетевые издания	

3	Печатные СМИ, радио- и телеканалы, радио-, теле-, видео-, кинохроникальные программы, сетевые издания	3
4	Печатные СМИ и сетевые издания	

3. Какое из прав журналиста, работающего в ежемесячном журнале, не зафиксировано Законом РФ «О средствах массовой информации»?

No	Ответ	Баллы
1	Искать, запрашивать, получать и распространять информацию.	
2	Расторгнуть с изданием трудовой договор, предупредив об этом работодателя в письменной форме не позднее чем за две недели.	3
3	Проверять достоверность сообщаемой ему информации.	
4	Отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям.	

4. Разрешается ли журналистам этическими кодексами российских деловых изданий совершать операции с ценными бумагами?

№	Ответ	Баллы
1	Да, любые	
2	Лишь некоторые – и только при соблюдении определенных правил	3
3	Нет, никакие	
4	Этот вопрос не регулируется этическими кодексами	

5. В каких СМИ необходимо соблюдать дедлайны (выберите наиболее полный ответ)?

№	Ответ	Баллы
1	Радио и телевидение	
2	Радио, телевидение и сетевые издания	
3	Печатные СМИ, радио, телевидение и сетевые издания	3
4	Печатные СМИ и сетевые издания	

Кейс (задания 6-8)

Вы работаете в ежедневной газете. Крупная производственная компания, публичное акционерное общество, проводит пресс-конференцию. На ней выступает генеральный директор, сообщая сведения об операционных результатах за второе полугодие. Выясняется, что производство основного продукта снизилось на 7%, его продажи уменьшились на 6%, при этом сокращение происходит на фоне неблагоприятной рыночной конъюнктуры, характеризовавшейся снижением цены во втором квартале на 17%. Загрузка производственных мощностей к настоящему моменту уменьшилась до 75%. На сайте компании опубликован пресс-релиз, в нем приведен комментарий генерального директора, сообщившего о том, что компания решила не

раскрывать финансовые результаты за полугодие, а также дана ссылка на полугодовой отчёт об операционных результатах.

6. Требуется ли вам письменное формализованное редакционное задание на освещение данного события и если да, то кто его может выдать?

N₂	Ответ	Баллы
1	Подобное редакционное задание вряд ли потребуется. Достаточно	
1	будет устной просьбы генерального директора.	
2	Подобное редакционное задание вряд ли потребуется. Достаточно	5
2	будет устной просьбы непосредственного руководителя.	3
3	Подобное редакционное задание необходимо. Подписать его должен	
3	главный редактор.	
4	Подобное редакционное задание необходимо. Подписать его должен	
	любой из редакторов издания.	

7. Что будет являться информационным поводом для публикации, над которой вы работаете?

Nº	Ответ	Баллы
1	Компания провела пресс-конференцию.	
2	Генеральный директор компании выступил на пресс-конференции.	
3	Опубликован пресс-релиз.	
4	Компания сообщила об операционных результатах.	5

8. Вам необходимо адаптировать материал статьи для распространения в соцсетях. Какой из озвученных показателей вы подчеркнёте в анонсе?

№	Ответ	Баллы
1	Производство основного продукта снизилось на 7%.	
2	Продажи основного продукта уменьшились на 6%.	
3	Цены на основной продукт снизились за квартал на 17%.	
4	Производственные мощности компании недозагружены на четверть.	5