

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:36
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «История и актуальные вопросы журналистики и связей с общественностью», 5 СЕМЕСТР

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Перед проведением зачета в 5 семестре проводится контрольная работа с целью контроля усвоения студентами знаний лекционного курса, оценки знаний и навыков, приобретенных в ходе практических занятий, развивающих профессиональные способности в соответствии с требованиями квалификационной характеристики специалиста. Контрольная работа проводится в виде заданий по расписанию в части учебных занятий в объеме, предусмотренном рабочей программой по дисциплине и учебной нагрузкой преподавателя.

Типовые задания для контрольной работы

Задание к контрольной работе к модулю 1 «История журналистики»: проанализировать особенности зарубежной журналистики на примере одного из современных СМИ (страна и вид СМИ выбирается студентом самостоятельно).

Контрольная работа к модулю 2 «История связей с общественностью» «Всероссийские выставки как форма рекламной коммуникации и пропаганды»: изучите и опишите опыт проведения выставок на территории России и стран ближнего зарубежья. Опишите концепцию одной выставки (на выбор), ее тип, продвижение на территории страны и зарубежья – рекламная кампания, тексты, пресс-релизы, приглашенные гости, выставляемые товары, продукты науки и творчества. Изучите отзывы в СМИ о данной выставке, отзывы населения, фото и видеоматериалы. Сделайте заключение об эффективности выставки как способе продвижения территории.

Типовые вопросы к зачету, 5 семестр

Проведение промежуточной аттестации происходит в виде зачета. Задания на зачете содержат теоретический вопрос и одно практическое задание

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»	Вид задания
1. «Публицистика», «журналистика» – возникновение понятий, эволюция содержания.	Теоретическое

2. Ораторское искусство как прообраз публицистической деятельности.
3. Прообразы газет в Древнем мире.
4. Рукописные издания Средневековья. Особенности развития журналистики в Средние века.
5. Письменные памятники культуры (историография, эпистолярные сочинения) как прообраз публицистики своего времени.
6. Развитие книгоиздательского дела в Средние века. Роль церкви в производстве периодических изданий.
7. Возникновение первых печатных периодических изданий. Роль техники в развитии печати.
8. Зарождение и развитие цензуры в Западной Европе.
9. Зарождение и становление политической публицистики.
10. Развитие концепции печати в XVII в. Законодательство XVII – XVIII вв. о печати.
11. Особенности развития английской журналистики в XVIII в. Печать и власть в Англии XVIII в.
12. Печать и власть во Франции XVII – XVIII вв. Особенности развития цензуры во Франции.
13. Особенности развития печати английских колоний XVII – первой пол. XVIII в.в.
14. Публицистика войны за независимость в США. Американская концепция свободы печати.
15. Зарождение немецкой печати и цензура в Германии. М. Лютер и Т. Мюнцер – проповедники-публицисты.
16. Роль экономики, культуры и почты в возникновении и развитии периодической печати.
17. Совершенствование техники и технологии издательского дела в XIX в.
18. Коммерциализация газетно-журнальной индустрии в XIX в. Реклама и газетное дело в XIX в.
19. Формирование элитарной и массовой прессы в XIX в.
20. Развитие ежедневной прессы. Развитие журнальной периодики в XIX в.
21. Появление и развитие информационных агентств.
22. Развитие радиовещания как средства массовой информации.
23. Печать в борьбе с фашизмом в 20 – 30-е гг. XX в.
24. Мировой экономический кризис 1929 г. и журналистика на Западе. Первая мировая война и публицистика.
25. Развитие техники СМИ в первой половине XX в. Развитие рекламы и системы публичных рилейшнз в первой половине XX в.
26. Пропаганда в структуре фашистского государства. Система нацистской пропаганды. Методы нацистской пропаганды.
27. Особенности развития телевидения в странах Западной Европы и США в 1945 – 1985
28. гг. Развитие радиовещания в странах Запада в 1945 – 1985 гг. Новые технологии и печать.
29. Экономические факторы развития СМИ стран Западной Европы и США в 1945 –
30. 1985 гг. Возникновение и развитие транснациональных корпораций.

31. Реклама в СМИ в 1945 – 1985 гг. СМИ США в 1945 – 1985 гг. СМИ США и «холодная война».
32. Развитие концепции социальной ответственности печати в США в 1945-1985 гг.
33. Антифашистская печать, радиовещание и кино в 1930-е гг. Печать в годы Второй мировой войны.
34. Глобальное телевидение в 1985 – 2005 гг. Развитие кабельного и спутникового телевидения в 1985 – 2005 гг.
35. Транснациональные информационные корпорации в 1985 – 2005 гг. Глобальные издания. Информационные монополии.
36. Банки данных и компьютеризация СМИ в 1985 – 2005 гг.
37. Научно-техническая революция и СМИ. Дигитализация и конвергенция СМИ. Мультимедиатизация СМИ.
38. Концепция нового информационного порядка и ее эволюция. Интернетизация СМИ. Интернет и современная структура массовой коммуникации.
39. Система современных СМИ РФ: основные особенности.
40. Падение авторитета и популярности печатных СМИ в современных условиях при возрастании роли телевидения и Интернета.
41. Установление контроля государства над независимыми СМИ, формы и цели данного контроля; усиление роли PR-журналистики в СМИ.
42. Печатные "таблоиды", усиление развлекательного начала в электронных СМИ, маргинализация "оппозиционных" изданий.
43. "Несвоевременные мысли" М. Горького.
44. История "Литературной газеты" (1950–1990-е гг.).
45. История журнала "Новый мир" (1950–1990-е гг.).
46. История журнала русской эмиграции "Грани" (Германия).
47. История радиостанции "Эхо Москвы" и ее место в системе современных отечественных СМИ.
48. Телепередача "Взгляд" и ее роль в формировании свободы слова в годы перестройки.
49. Российская печать накануне 1917 г. (общая характеристика).
50. Отечественная печать в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.).
51. Отечественная журналистика в эпоху многопартийности (ноябрь 1917 – июль 1918 гг.)
52. Формирование однопартийной системы советской журналистики в эпоху интервенции и гражданской войны (1918-1920-х гг.).
53. Советская печать эпохи НЭПа. Кризис советской печати и его преодоление.
54. Основные журналы 1920-х гг. Литературно-художественные издания, их позиция в литературной борьбе.
55. Политическая борьба 1920-х гг. и ее отражение на страницах советской печати.
56. Печать первой волны русской эмиграции (1920-е гг.): основные периодические издания.
57. Просоветские издания русского зарубежья 1920-х гг.
58. Профессиональные объединения литераторов и журналистов русского зарубежья. Первый зарубежный съезд писателей и журналистов.

59. Развитие структуры средств массовой информации в СССР в конце 1920-х – 1930-е гг.
60. Освещение коллективизации и индустриализации в советских средствах массовой информации 1930-х гг.
61. Советская печать в годы второй и третьей пятилетки. Усиление идеологической борьбы в 1930-е гг.
62. Журналы 1930-х гг. Пропаганда достижений Советского государства в журнальной печати. Кризис литературных журналов.
63. Отечественная публицистика 1930-х гг.: основная тематика и жанровое своеобразие.
64. Печать первой волны русской эмиграции в 1930-е гг.: основные имена и издания.
65. Отечественные СМИ накануне и в годы Великой Отечественной войны.
66. Публицистика в годы Великой Отечественной войны.
67. Телеграфное агентство Советского Союза: история в 1920–1930-е гг.
68. Развитие радиовещания в Советской России 1920–1930-х гг.
69. Появление телевизионного вещания в СССР.
70. Творческая деятельность одного из советских публицистов 1920–1930-х гг. (по выбору).
71. Роль газеты "Правда" среди советских СМИ в 1920–1930-е гг.
72. Раскройте понятие рекламы и определите ее как культурно-исторический феномен.
73. Раскройте позитивные и негативные аспекты отношения к рекламе и определите, чем они обоснованы.
74. Охарактеризуйте основные функции рекламы.
75. Назовите главные предпосылки возникновения и развития проторекламы.
76. Охарактеризуйте основные черты проторекламных сообщений.
77. В чем сходство и в чем различие проторекламы Древнего мира и современных средств налаживания коммерческих коммуникаций?
78. Назовите основные виды проторекламных сообщений.
79. Назовите основные предпосылки возникновения профессиональной рекламной деятельности в античных городах.
80. Назовите основные жанры античной рекламы.
81. Как можно охарактеризовать политическую и конфессиональную рекламу античной цивилизации.
82. Назовите основные черты развития рекламной деятельности в три разных периода западноевропейского Средневековья.
83. Назовите и охарактеризуйте основные направления средневековой рекламы.
84. Какие предпосылки рекламы следующих периодов развития западноевропейской культуры мы находим в позднем Средневековье.
85. Охарактеризуйте рекламную деятельность в России периода средневековья.
86. Какие виды устной российской средневековой рекламы вы знаете.
87. Какие виды изобразительной российской средневековой рекламы вы знаете?
88. Каковы сущность и основные последствия третьей информационной революции?

<p>89. Какие новые жанры рекламной продукции появились после изобретения И.Гуттенбергом печатного станка?</p> <p>90. Почему мы можем рассматривать деятельность информационных бюро как предысторию периодической печати?</p> <p>91. Объясните неравномерность развития рекламы в XIX веке в различных европейских странах.</p> <p>92. Назовите особенности развития рекламного дела в Англии.</p> <p>93. Назовите особенности развития рекламного дела во Франции.</p> <p>94. Назовите особенности развития немецкого рекламного дела.</p> <p>95. В чем заключена целесообразность расходов на организацию выставок?</p> <p>96. Охарактеризуйте основные этапы развития американской рекламы в XVII – XIX вв.</p> <p>97. Какие основные черты можно найти в американской рекламе раннего колониального периода?</p> <p>98. Назовите основные черты американской рекламы в конце XVIII – первой половине XIX в.</p> <p>99. Охарактеризуйте американскую рекламу второй половины XIX в.</p> <p>100. Назовите основные жанры рекламы, появившиеся благодаря развитию технологий в XX в.</p> <p>101. Охарактеризуйте основные процессы рекламного дела в начале XXI.</p> <p>102. Охарактеризуйте основные этапы развития российской изобразительной рекламы.</p> <p>103. В чем главные особенности конструирования фабричных марок и торговых знаков в России?</p> <p>104. Чем отличаются друг от друга рекламные жанры афиши, плаката и вывески?</p> <p>105. Какова роль выставочной деятельности как варианта рекламирования в России?</p> <p>106. Назовите основные черты советской рекламы в 20-40-е гг. XX в.</p> <p>107. Какие перемены произошли в послевоенные годы.</p> <p>108. Охарактеризуйте исходные условия формирования российской рекламы в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в.</p> <p>109. Каковы основные тенденции развития российской рекламы начала XXI в.</p>	
<p>Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет», Владеет»</p>	<p>Вид задания</p>
<p><i>Практическое задание:</i> разберите механизмы воздействия на общественность влияния оракулов, астрологов, звездочетов, провидцев на формирование имиджа политического лидера периода Античности, Средневековья. Сделайте выводы относительно современных приемов продвижения политиков.</p>	<p>практическое</p>