



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»**

Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИФИЯМ ИГУ М. Б. Ташлыкова
«21» февраля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**ФТД.02 КОММУНИКАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И ТЕОРИЯ
АРГУМЕНТАЦИИ**


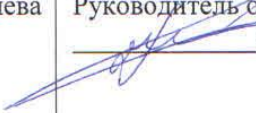
Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки
Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства

Квалификация выпускника - **магистр**

Форма обучения **заочная**

*(программа реализуется с частичным использованием электронного обучения и
дистанционных образовательных технологий)*

Согласовано с УМК института _____ Протокол №6 от «21» февраля 2023 г. Председатель  О. Л. Михалева	Рекомендовано отделением ВШЖМ ИФИЯМ ИГУ Протокол №6 от «13» февраля 2023 г. Руководитель отделения  А. В. Гимельштейн
--	--

Иркутск 2023 г.

Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	3
IV. Содержание и структура дисциплины	6
Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы	
4.1 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля)	
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
4.3 Содержание учебного материала	
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ, план самостоятельной работы студентов, методические указания по организации самостоятельной работы студентов	
4.3.2 Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	
4.4 Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	
4.5 Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	10
а) основная литература;	
б) дополнительная литература;	
в) программное обеспечение;	
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	12
VII. Образовательные технологии	14
VIII. Оценочные средства (ОС)	14

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Дисциплина «Коммуникативное воздействие и теория аргументации» нацелена на понимание принципов коммуникационного воздействия, а также их методов и приемов у магистрантов направления «Журналистика».

Задачи курса:

- 1) понимание уровней коммуникационного воздействия;
- 2) понимание магистрантами бессознательного уровня коммуникационного воздействия.
- 3) понимание магистрантами эмоционального уровня коммуникационного воздействия.
- 4) понимание магистрантами рационального уровня коммуникационного воздействия, научных основ теории аргументации;
- 5) понимание специфики технологий, методов, приемов, соответствующих каждому уровню воздействия, принципов их сочетания, необходимость учета особенностей целевой аудитории.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОПВО

2.1 Учебная дисциплина (модуль) ФТД.02 «Коммуникативное воздействие и теория аргументации» относится к факультативной части программы магистратуры направления подготовки 42.04.02 Журналистика, направленности (профиля) «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства». Дисциплина ведется на 2 курсе, в 3 семестре. Место курса в системе подготовки магистрантов определяется тем, что он дает возможность углубить ряд представлений, сформированных в ходе изучения других дисциплин, знакомит студентов с актуальными проблемами коммуникационного воздействия и теории аргументации. Главная методологическая установка обусловлена стремлением представить основные результаты современного коммуникационного воздействия.

2.2. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные студентами в результате изучения курсов «Современные теории массовой коммуникации», «Современный медиатекст».

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Философские основы науки и журналистика». Кроме того, содержание дисциплины может использоваться при подготовке выпускной квалификационной работы магистра.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО И ОП ВО по данному направлению подготовки «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства» УК-1, УК-4.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИДКу1.1 Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач	Знать: - виды, методы и концепции критического анализа. Уметь: - критически оценивать и анализировать проблемные ситуации. Владеть: - навыками критического анализа, необходимого для решения поставленных задач.

	<p>ИДК_{УК1.2} Применяет системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>Знать: - методологию системного подхода для оценивания источников информации.</p> <p>Уметь: - применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях.</p> <p>Владеть: - навыками определения основных принципов критического анализа, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций для применения их в профессиональной деятельности.</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИДК_{УК4.1} Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий</p>	<p>Знать: роль бессознательных механизмов в поведении человека, структуру коллективного бессознательного, технологии воздействия, опирающиеся на бессознательные механизмы;</p> <p>Уметь: использовать архетипы коллективного бессознательного для создания эффективных текстов СМИ; воздействующего на эмоции целевой аудитории и проведении специального события и осветить его в СМИ;</p> <p>Владеть:; умением грамотно сочетать различные методы и приемы коммуникационного воздействия для получения наилучшего эффекта.</p>
	<p>ИДК_{УК4.2} Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке;</p>	<p>Знать: правила подготовки материалов, опирающейся на эмоции целевой аудитории; принципы рационального логического мышления, научные основы теории аргументации, правила доказательства и опровержения.</p> <p>Уметь: создавать убедительные журналистские материалы, используя адекватные логические, языковые, эмоциональные средства; использовать требования логического мышления и теории аргументации при редактировании журналистских материалов для всех видов СМИ</p> <p>Владеть: навыками использования методов и приемов, соответствующих каждому уровню коммуникационного воздействия: бессознательному, эмоциональному, рациональному; умением грамотно сочетать различные методы и приемы коммуникационного воздействия для получения наилучшего эффекта.</p>
	<p>ИДК_{УК4.3} Выбирает стиль общения в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p>	<p>Знать: принципы рационального логического мышления, научные основы теории аргументации, правила доказательства и опровержения.</p> <p>Уметь: создавать убедительные журналистские материалы, используя адекватные логические, языковые, эмоциональные средства; использовать требования логического мышления и теории аргументации при редактировании журна-</p>

		<p>листных материалов для всех видов СМИ</p> <p>Владеть: навыками использования методов и приемов, соответствующих каждому уровню коммуникационного воздействия: бессознательному, эмоциональному, рациональному; .</p>
	<p>ИДКук4.4 Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p>	<p>Знать: правила подготовки специального события как коммуникационной технологии, опирающейся на эмоции целевой аудитории; принципы рационального логического мышления, научные основы теории аргументации, правила доказательства и опровержения.</p> <p>Уметь: создавать убедительные журналистские материалы, используя адекватные логические, языковые, эмоциональные средства; использовать требования логического мышления и теории аргументации при редактировании журналистских материалов для всех видов СМИ</p> <p>Владеть: умением грамотно сочетать различные методы и приемы коммуникационного воздействия для получения наилучшего эффекта.</p>

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа

Форма промежуточной аттестации: зачет

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
3	Основные понятия и технологии коммуникативной деятельности	К выбранному проекту, мероприятию, компании подобрать типы коммуникации предложить технологии работы с ними.	1-2 нед.	30	Практическое задание	См. список литературы.
3	Уровни коммуникативного воздействия	Найти и проанализировать успешные примеры коммуникации а в мире и в России.	2-3 нед.	30	Практическое задание	См. список литературы.

4.3 Содержание учебного материала

Раздел 1. Уровни коммуникационного воздействия

1.1. Уровни коммуникационного воздействия: бессознательный, эмоциональный, рациональный, их специфика. Технологии, методы, приемы, соответствующих каждому уровню воздействия, принципы их сочетания, необходимость учета особенностей целевой аудитории.

1.2. Бессознательный уровень коммуникационного воздействия. Структура психики. Архетипы коллективного бессознательного. Эффективные мифологические сюжеты, их анализ. Сторителлинг.

1.3 Эмоциональный уровень коммуникационного воздействия, его особенности. Специальное событие как технология воздействия на чувства аудитории: этапы организации, освещение события в СМИ. Средства выразительности в материалах для разных видов СМИ как технология эмоционального воздействия на аудиторию.

Раздел 2. Рациональное мышление, его принципы, их применение в медиатекстах.

2.1. Использование нарушений законов логики в журналистских материалах, рекламных, продающих текстах.

2.2 Умозаключение: структура, виды. Дедуктивные умозаключения. Дедукция в текстах СМИ. Индукция, ее виды. Ошибки в индукции. Индукция в текстах СМИ. Умозаключения по аналогии. Виды аналогии. Аналогия в текстах СМИ. Условия повышения вероятности умозаключений выводов по аналогии. Ошибки в аналогии, их примеры в текстах СМИ.

Раздел 3. Научные основы теории аргументации.

3.1. Доказательство: структура, виды демонстрации, виды аргументов. Опровержение: структура, виды. Убедительность как качество медиатекста. Аргументы к человеку.

3.2. Логическая структура вопроса. Логическая структура ответа.

3.3 Анализ использования нарушений правил рационального мышления медиатекстах, слоганах, названиях.

4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1	1.1.	Бессознательный уровень коммуникации	2	Работа с терминами	УК-1 УК-4
2	2.1.	Эмоциональный уровень коммуникации	2	Практическая работа: анализ специально организованного события	УК-1 УК-4
3	3.2	Рациональный уровень коммуникации	4	Практическая работа с текстами региональных СМИ.	УК-1 УК-4

4.3.2 План самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Кол-во часов
1	Использование нарушений законов логики в журналистских материалах, рекламных, продающих текстах.	Творческое задание	Придумать или подобрать примеры названий текстов и/или слоганов, где использованы нарушения законов логики – на каждый и законов по два примера.	Булатова, С. Н. Логика и теория аргументации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: В. С. Федчин, Л. И. Горбунова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. филологии и журналистики. - 3-е изд., перераб. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2016. - 216 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 215-216. - ISBN 978-5-9624-1350-1 (37 экз.). Ивин, А. А. Логика для журналистов [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. А. Ивин. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 200 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: https://urait.ru/bcode/513606 , https://urait.ru/book/cover/E2EF63BD-37E9-432D-869D-2C84213BC07F . - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-06556-5 : 859.00 р. URL: https://urait.ru/bcode/513606 (дата обращения: 12.05.2023).	20
2	Умозаключение, его виды, Ошибки в умозаключениях в текстах.	Выполнение упражнений по теме.	Контрольная работа № 1	Булатова, С. Н. Логика и теория аргументации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: В. С. Федчин, Л. И. Горбунова ; Иркут. гос.	20

				<p>ун-т, Фак. филологии и журналистики. - 3-е изд., перераб. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2016. - 216 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 215-216. - ISBN 978-5-9624-1350-1 (37 экз.).</p> <p>Ивин, А. А. Логика для журналистов [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. А. Ивин. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 200 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: https://urait.ru/bcode/513606, https://urait.ru/book/cover/E2EF63BD-37E9-432D-869D-2C84213BC07F. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-06556-5 : 859.00 р. URL: https://urait.ru/bcode/513606 (дата обращения: 12.05.2023).</p>	
3	Доказательство и опровержение.	Выполнение упражнений по теме.	Контрольная работа № 2	<p>Булатова, С. Н. Логика и теория аргументации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: В. С. Федчин, Л. И. Горбунова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. филологии и журналистики. - 3-е изд., перераб. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2016. - 216 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 215-216. - ISBN 978-5-9624-1350-1 (37 экз.).</p> <p>Ивин, А. А. Логика для журналистов [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. А. Ивин. - 2-е изд., испр. и доп. - Элек-</p>	20

				<p>трон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 200 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: https://urait.ru/bcode/513606, https://urait.ru/book/cover/E2EF63BD-37E9-432D-869D-2C84213BC07F. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-06556-5 : 859.00 p.URL: https://urait.ru/bcode/513606 (дата обращения: 12.05.2023).</p>	
--	--	--	--	--	--

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Работа с текстами СМИ, рекламы, публицистическими текстами, художественными текстами. Творческие задания на создание заголовков материалов СМИ, слоганов с использованием языковой игры. Работа над карточками с практическими заданиями.

Для успешного овладения материалом занятий предусмотрен еженедельный контроль, основанный на ознакомлении и с материалами всех типов СМИ, и на анализе публикаций.

Подготовка к зачету. Перечень вопросов к зачету отражает тематику лекционных и практических занятий и докладов, при сдаче зачета учитывается уровень подготовки докладов, контрольных работ, активность обучающегося на занятиях, участие в обсуждениях темы на коллоквиумах. В ходе зачета выявляется уровень умений, знаний и навыков обучающегося.

Примерная тематика курсовых работ (проектов) *(указать при наличии)*

Учебным планом курсовые работы не предусмотрены.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- Электронная информационно-образовательная среда университета обеспечивает доступ к электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей).

- При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

- Обучающимся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Булатова, С. Н. Логика и теория аргументации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: В. С. Федчин, Л. И. Горбунова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. филологии и журналистики. - 3-е изд., перераб. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2016. - 216 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 215-216. - ISBN 978-5-9624-1350-1 (37 экз.).

Булатова, С. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: А. Н. Чумиков, Л. Л. Антонова, А. В. Петров ; Иркутский гос. ун-т, Фак. филолог. и журн. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 130 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 128-130. - ISBN 978-5-9624-1129-3 (20 экз.).

PR, реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : словарь-справочник. - ЭВК. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2013. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9624-0865-1.

Ивин, А. А. Логика для журналистов [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. А. Ивин. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 200 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/513606>, <https://urait.ru/book/cover/E2EF63BD-37E9-432D-869D-2C84213BC07F>. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-06556-5 : 859.00 р. URL: <https://urait.ru/bcode/513606> (дата обращения: 12.05.2023).

Добосова, Л. Г. Медиарилейшнз: как работать со СМИ [Текст] : курс лекций / Л. Г. Добосова ; рец.: А. В. Гимельштейн, Е. В. Вырупаева ; Иркут. гос. ун-т, Ин-т филологии, ин. яз. и медиакommunikации. - 2-е изд., испр. и доп. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. - 93 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 93. - ISBN 978-5-9624-1586-4 (41 экз.).

Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. - Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=338542>. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7567-0715-1.

Список авторских методических разработок

Булатова С.Н. Логика и теория аргументации: учебное пособие. / С. Н. Булатова Иркутск, 2016. 216 с.

Булатова С.Н. Логика и теория аргументации: учебник для вузов. / С. Н. Булатова Иркутск: ИГУ, 2008. 270 с.

Булатова С.Н. Социология массовой коммуникации: учебное пособие. / С. Н. Булатова - Иркутск: ИГУ, 2016. 130 с.

Булатова С. Н. Хороший заголовок и слоган: открываем замок под названием «это нелогично» // Журналистика и медиарынок. 2017. № 5-6. С. 103-107

Периодические издания

Федеральные и региональные СМИ.

Журналы:

«Журналист. Социальные коммуникации»// <http://journalist-virt.ru>

«Журналист» // <http://journalist-virt.ru>

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, более 20 полнотекстовых версий журналов по тематике курсов.

2. Электронная библиотека «Труды ученых ИГУ» (<http://ellib.library.isu.ru>).

3. Электронные библиотечные системы. Образовательные ресурсы НБ ИГУ:

- [ЭЧЗ «БиблиоТех»](#)
- [ЭБС «Издательство «Лань»](#)
- [ЭБС «Руконт»](#)
- [ЭБС «Айбукс»](#)
- [ЭБС «ЮРАЙТ»](#)
- [ЭБ Издательского центра «Академия»](#)
- [ИС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»](#)

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.icaahdq.org/> - Сайт Международной Ассоциации Коммуникации Коммуникации (The International Communication Association), основанной в 1950 г.
2. <http://cios.org/www/comweb.htm> – ресурс, посвященный вопросам коммуникации и журналистики
3. <http://ukanaix.cc.ukans.edu/~sypherh/bc/> – сайт Университета штата Канзас, курс введения в теорию коммуникации
4. <http://www.gallup.com> – Институт Гэллупа по исследованию общественного мнения.
5. <http://www.journalist-virt.ru> – официальный сайт журналов «Журналист», «Журналист. Социальные коммуникации»
6. <http://www.jourmedia.ru> – сайт журнала «Журналистика и медиарынок».
7. <http://www.sreda-mag.ru> – сайт журнала «Среда».

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Освоение дисциплины «Управление инвестиционной привлекательностью» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения в зависимости от тематики занятий: 1. Аудитория для практических занятий группы магистрантов (10-15 студентов) со стандартным набором мебели и аудиторного оборудования. 2. Аудитория с мультимедийным оборудованием (ноутбук, мультимедийный проектор, экран)– при необходимости сопровождать доклады и выступления презентациями. 3. Компьютерный класс и средства телекоммуникации (выход в Интернет, электронная почта, социальные сети и пр.) – при необходимости в реальном режиме анализировать электронные версии СМИ и работать с новостными выпусками.

Также предусмотрено использование Электронной образовательной среды университета. Организация электронной информационно-образовательной среды включает в себя:

1. Официальный сайт ИГУ: <http://isu.ru/ru/index.html>
2. Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru>(«Baikal E-LearningCampus») функционирует на платформе СДО «Moodle», представляет собой информационную систему создания, редактирования, управления и хранения электронных образовательных ресурсов. ПО: Moodle - ModularObject-OrientedDynamicLearningEnvironment (модульная объектно-ориентированная динамическая обучающая среда) – система управления дистанционным обучением. Свободное (распространяющееся по лицензии GNU GPL) веб-приложение.
3. Портал «Web-portfolio студентов и аспирантов ИГУ» <http://eportfolio.isu.ru/> (информационная база данных, включающая автоматизированную информационную систему обработки информации). ПО: Drupal 7.5.4 - CMS, является свободным программным обеспечением, защищённым лицензией GPL/.
4. Научная библиотека ИГУ им. В.Г.Распутина: <http://library.isu.ru/ru>
5. Ресурсы факультета филологии журналистики.(Мультимедийные и компьютерные классы).

6.2. Программное обеспечение:

Используется набор компьютерных программ и выход в интернет.

«**Kaspersky Endpoint Security**» для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License». – Форум Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц.№1В08161103014721370444. Срок действия: от 01.12.2021 до 22.01.2024.

Desktop Education ALNG Lic SAPk OLV E IY Academic Edition Enterprise (Windows).

WinPro10 Rus Upgrd OLP NL Acdmc (Windows). Лицензия № 68203571.

OFFICE 2007 Suite. Лицензия № 43364238.

Drupal. Условия использования по ссылке: https://www.drupal.org/project/terms_of_use. Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.

Moodle. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.

Google Chrome. Браузер. Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome// Срок действия: бессрочно.

Mozilla Firefox. Браузер. Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.

Opera. Браузер. Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.

PDF24Creator. Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. Условия использования по ссылке: https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf. Срок действия: бессрочно.

VLC Player. Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.

BigBlueButton. Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.

Sumatra PDF. свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для платформы Windows. Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF. Срок действия: бессрочно.

Media player home classic. Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic. Срок действия: бессрочно.

AIMP. Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

Speech analyzer. Условия использования по ссылке: <http://www-01.sil.org/computing/sa/index.htm>. Срок действия: бессрочно.

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания дисциплины «Управление инвестиционной привлекательностью» предусмотрено включение в лекционный материал и в студенческих работах на практических занятиях сопроводительных тематических презентаций. Предполагается использование следующих технических и электронных средств. 1. В мультимедийной аудитории: системный блок Альфа-775, Монитор Samsung Sync Master 943N, проектор Optoma X 312. 2. Компьютерный класс и средства телекоммуникации (выход в Интернет, электронная почта, социальные сети и пр.).

Также предусмотрено использование Электронной образовательной среды университета. Организация электронной информационно-образовательной среды включает в себя:

1. Официальный сайт ИГУ: <http://isu.ru/ru/index.html>
2. Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru> («Baikal E-Learning CAmpus») функционирует на платформе СДО «Moodle», представляет собой информационную систему создания, редактирования, управления и хранения электронных образовательных ресурсов. ПО: Moodle - Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (модульная объектно-ориентированная динамическая обучающая среда) – система управления дистанционным обучением. Свободное (распространяющееся по лицензии GNU GPL) веб-приложение.
3. Портал «Web-portfolio студентов и аспирантов ИГУ» <http://eportfolio.isu.ru/> (информационная база данных, включающая автоматизированную информационную систему обработки информации). ПО: Drupal 7.5.4 - CMS, является свободным программным обеспечением, защищённым лицензией GPL/.

Необходимые учебные материалы курса, задания, методические рекомендации по организации самостоятельной работы по курсу «Журналистика как социокультурный феномен» имеются в свободном доступе для каждого обучающегося, в ЭЛИОС ФГБОУ ВО «ИГУ». Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru> («Baikal E-Learning CAmpus»).

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий, а также включает самостоятельную работу студентов по освоению теоретического и дидактического материала. Промежуточная отчетность предполагает выполнение самостоятельных и контрольных работ, тестов для проверки усвоения пройденной темы.

В ходе проведения практических занятий используются технологии генерации идей (активизация мыслительного процесса и картирование идей – brainstorming, mind-mapping), дискуссии и т.п.

Используются интерактивные формы проведения (деловые и ролевые игры, компьютерные симуляции, тренинги) с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. Широко применяются мультимедийные средства. Сетевые компьютерные технологии включают использование ресурсов интернета.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
	Логические ошибки в текстах региональных СМИ	Практ.	Анализ текстов в группах	2
Итого часов				2

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) представляет собой комплект оценочных материалов для проведения текущего контроля, включая, при необходимости, и входной контроль, и промежуточной аттестации обучающихся и оформляется в виде отдельного документа (приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)) или в данном разделе программы.

(Приводятся контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, описание показателей и критериев оценивания)

Оценочные средства (ОС):

Оценочные средства для входного контроля.
Устный опрос студентов.

Вопросы для собеседования:

1. Что такое коммуникация?
2. Какие вы знаете коммуникационные технологии воздействующие на чувства аудитории?
3. Что вы знаете о бессознательной части психики?
4. Какая наука изучает рациональное мышление?
5. В чём состоит сущность закона тождества, какова его роль в процессе рассуждения?
6. Каковы возможные нарушения закона тождества в мышлении? В чем сущность закона противоречия?
7. В чем отличие логического противоречия от диалектического?
8. Какова сущность закона исключенного третьего и его роль в дискуссии?
9. В чем смысл и значение закона достаточного основания?
10. Что означает основания объективно-достаточные и основания субъективно достаточные?
11. Какова роль логики в профессиональной деятельности журналиста?

Оценочные средства текущего контроля формируются в соответствии с ЛНА университета (могут быть в виде тестов, ситуационных задач, деловых и ролевых игр, диспутов, тренингов и др. Назначение оценочных средств ТК – выявить сформированность компетенций или их составляющих частей – указать каких конкретно).

Формы контроля со стороны преподавателя сочетаются с формами самоконтроля и коллегиального контроля, когда студенты учатся оценивать не только свои работы, но и работы коллег. Оценки, выставляемые коллективно, имеют принципиальное значение в развитии не только навыков объективного анализа работы других, но и умения уважать иную точку зрения, и навыков эффективного взаимодействия, что является важной составляющей профессиональной компетентности.

Текущий контроль осуществляется в ходе выполнения заданий, ориентированных на самостоятельный анализ материалов. Ниже приводятся демонстрационные варианты отдельных заданий.

Подготовка к выполнению творческого задания.

Определить, нарушение каких законов логики использовано в данных тестах

1. Весь мир на тарелке (*Реклама спутникового ТВ*).
2. Наш магазин для каждого, но не для всех.
3. «Самсунг» знает всё о ваших потребностях.
4. «Клёвое место» (*Название магазина для рыбаков и охотников*).
5. «Сухая победа над мокрой дорогой» (*Реклама шин*).
6. «Будь в форме» (*Реклама фирмы «Рибок»*).
7. «Ральф» – обувь, вращающая Землю.

8. «Перепелиное яйцо – маленькое и легкое, лёгкое от природы. «Мистер Рико» – единственный майонез на перепелином яйце. Естественно, лёгкий» (*Текст рекламы*).
9. «Переломных моментов много, а склеивающий «Момент» – один» (*Текст рекламы*).
10. Профессионально двигаем недвижимое (*Слоган агентства недвижимости*).
11. Даже дым клубится вместе с нами (*Реклама сигарет*).
12. «Невозможное возможно» (*Название статьи*).
13. Аудио и видео – видимо-невидимо (*Слоган магазина телерадиоаппаратуры*).
14. «Только личные впечатления, только личные переживания в программе Светланы Сорокиной «Ничего личного» (*Реклама в программе телепередач*).
15. Конфеты ««Комсомольская правда» в шоколаде» (*Надпись на коробке*).
16. «Связь с близкими на дальних расстояниях» (*Реклама фирмы «Ростелеком»*).
17. «Закончим бесконечное» (*Реклама ремонтных услуг*).
18. «Включите тишину на полную мощность. Пылесос «Ровента»».
19. «С места в карьер» (*Реклама угольной компании*).
20. «Чем вкуснее кофе, тем лучше работают ваши сотрудники» (*Реклама кофе*).
21. «Объясняем необъяснимое» (*Реклама агентства репетиторов*).
22. «Вы пришли к нам. Значит, у нас самая лучшая обувь» (*Слоган обувного магазина*).
23. «Наши повара приготовят ужин быстро и вкусно, у вас на глазах в течение часа» (*Реклама кафе*).
24. «Если вам нужно срочно увеличить семью, наш фотограф сделает это моментально» (*Объявление в фотоателье*).
25. Наша сыворотка спасёт вас от старости, она будет бессильна.
26. Институту физики твёрдого тела требуется на работу массажист (*Объявление*).
27. «Мы можем очистить ваш дом за 15 минут» (*Объявление экстрасенса*).
28. «Продаётся бультерьер, ест всё, любит детей...» (*Объявление*).
29. «Продается «Лада» по цене завода» (*Объявление*).
30. Носки: 100% полушерсть (*Надпись на ценнике*).
31. «Всегда в продаже прекрасный пол» (*Реклама на ярмарке стройматериалов*).
32. «Мы вас обуем» (*Рекламный лозунг в обувном магазине*).
33. «Птицефабрика «Орловщина»» (*Надпись на коробке с яйцами*).
34. «Прокрустово ложе» (*Название магазина мебели*).
35. «Титаник» (*Название банка*).
36. «Прощай, товарищ» (*Название привокзального кафе*).

Контрольная работа №1.

Вариант 1

1. Дать определения понятиям: *Умозаключение по аналогии. Средний термин.*
2. Сделать вывод, проверить правильность силлогизма по правилам фигур, терминов, посылок:

Япония не располагает сырьевыми ресурсами.

Япония - высокоразвитая страна.

3. К данным крайним терминам подобрать средний, построить правильный силлогизм, проверить его по правилам фигур, терминов, посылок: *Мадагаскар - остров*

4. Подобрать посылки к выводу, построить индуктивное умозаключение, записать схему.

Иногда хорошо образованные люди суеверны.

5. Подобрать посылки к выводу, построить умозаключение по аналогии, записать схему.

Скорее всего, в новой квартире фиалки будут расти хорошо.

Контрольная работа № 2.

Вариант 1

1. Дать определение понятиям:

Доказательство от противного. Аргумент к невежеству. Подмена тезиса.

2. Доказать тезис, выбрав вид демонстрации.

А) Иногда хорошо образованные люди суеверны.

Б) Д'Артаньян - холерик

В) Новая пьеса молодого автора будет иметь успех.

3. Опровергнуть тезис, выбрав вид демонстрации.

А) Плохая погода полезна.

Б) Все журналисты обладают ораторскими способностями.

Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме зачета).

Вопросы к зачету.

1. Содержание понятий «коммуникация», «коммуникационное воздействие». Уровни коммуникационного воздействия: рациональный, эмоциональный, бессознательный.

2. Эмоциональный уровень коммуникационного воздействия. Технологии эмоционального воздействия на аудиторию: специальные события, слухи, психологические инструменты рекламы.

3. Бессознательный уровень коммуникационного воздействия. Представления о бессознательном З. Фрейда, К. Юнга. Архетипы коллективного бессознательного.

4. Мифотехнологии: эффективные мифологические сюжеты, принципы их построения.

5. Рациональный уровень коммуникационного воздействия. Законы логики: тождества, непротиворечия, исключенного третьего, достаточного основания.

6. Применение формально-логических законов в сфере коммуникаций. Требования законов логики в профессиональной деятельности журналиста.

7. Умозаключение: структура, типологии.

8. Дедуктивные умозаключения: понятие, правила, возможные ошибки.

9. Индукция: понятие, виды, возможные ошибки.

10. Аналогия: понятие, виды, возможные ошибки.

11. Дедукция, индукция, аналогия в текстах СМИ.

12. Научные основы теории аргументации. Доказательство: структура, виды демонстрации, виды аргументов. Привести примеры.

13. Опровержение, его способы. Привести примеры.

14. Аргументы к человеку.

15. Логическая структура вопроса.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки РФ №529 от 08 июня 2017 г. Направленность (профиль) подготовки «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства». Электронная версия программы представлена на сайте ИГУ.

Разработчики:



(подпись)

доцент
(занимаемая должность)

Булатова Светлана Николаевна
(Ф.И.О.)

Программа рассмотрена на заседании отделения ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства» «13» февраля 2023 г. Протокол №6.

Руководитель ВШЖМ

А. В. Гимельштейн 

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.