

Утверждаю
Вр.и.о. Председателя Правления -
Ректора Жетысуского университета
имени Ильяса Жансугурова
Б. Таубаев



2024г.

Высшая школа гуманитарных наук

ПРОГРАММА

Комплексного экзамена

По дисциплинам

1. Мультимедийная журналистика
2. Телерадиожурналистика
3. Современные технологии связей с общественностью

для студентов ОП 6В03201 – «Журналистика»

2023-2024 учебный год

Талдыкорган, 2024 г.

Рассмотрена на совете высшей школы гуманитарных наук

от «18» 01 2024 г., протокол № 5

Руководитель ОП _____ А. Бейм _____ Есенбек. Ж. Б.
/Ф.И./

Согласовано:

Член Правления-проректор по академическим
вопросам

_____ Б. Таубаев _____
/подпись, Ф.И./

Директор департамента по академическим вопросам

_____ Г. Кыдырбаева _____
/подпись, Ф.И./

Декан высшей школы

_____ А. Абызова _____
/подпись, Ф.И./

Утверждена на заседании Ученого совета университета
протокол № 7 от «26» 02 2024 г.

Модуль 1

Мультимедийная журналистика

Пояснительное письмо

Студент должен знать основные методы наиболее широко используемого и всестороннего анализа Интернета в области «Мультимедийной журналистики». Появление новой медиа-истории как научного знания играет особую роль в формировании научного мышления. Интернет-журналистика как новая медийная наука имеет теоретическую и практическую ценность. В курсе рассматриваются типы СМИ, новые медиа, проблемы новых медиа на казахском языке, законы новых медиа и ответственность журналистов за их работу с новыми медиа. Большое внимание уделяется исследованию вопросов формирования и развития новых медиа в казахстанской журналистике, проблемам Интернета, современным технологиям, помогающим понять преимущества и недостатки сети Kaznet.

Политика курса «Мультимедийная журналистика»

Политика курса подразумевает участие студентов в процессе обучения, то есть:

- участие в занятиях;
- активность во время обсуждения и групповой работы;
- помощь своим сокурсникам в учебе.

Во время занятий студенты могут наказываться за любые дисциплинарные нарушения удалением из аудитории. Классы подлежат обязательному дополнению. Занятия по дополнительным темам написаны как в письменной форме, так и в устной форме. Участие в процессе обучения оценивается в соответствии с системой классификации:

- 0 баллов за отсутствие обоснованной причины,
- Учащимся разрешено участвовать в учебном процессе и участвовать в еженедельном рейтинге.

Цель курса:

Дисциплина «Мультимедийная журналистика» преподается в соответствии с государственными стандартами образования специальности «Журналистика». Поэтому этот предмет является первым теоретическим курсом университетского журналистского высшего образования и обеспечивает универсальный образовательный комплекс, необходимый для профессионализма в будущей практике. Особое внимание направлено на интерпретацию материалов Интернета, анализ потребности в ресурсах Интернета, осознание важности электронных газет и журналов, работу с информационными бюллетенями.

Главные задачи курса:

Курс «Мультимедийная журналистика» обеспечивает всестороннее ознакомление с информационными технологиями, профессионализмом и методами иностранных специалистов, внедрение информационных технологий в процесс формирования и развития информационных технологий в рамках курса журналистики.

1-модуль

Мультимедийная журналистика

1. История формирования мультимедийной журналистики.

Глобальная вселенная создала новые возможности перед лицом каждой отрасли традиционного направления. Технологическая точность создала высокий уровень журналистской индустрии и представляет собой создание этапов в определенном пространстве.

2. Особенности жанров интернет-журналистики. Подобно характеру разделения жанров в образцах классической журналистики, пересечение материализма в журналистском соответствии с конкретной формой материального представительства.

3. Представленность информационных жанров в интернете на конфликтных сайтах Интернета, в энциклопедической базе данных информационных ресурсов Интернета.

4. Правила оформления мультимедийных материалов. Мультимедиа соответствует характеру СМИ, предоставляя информацию. Это гарантия жизнеспособности.

5. Особенности обратной связи в Интернете. В зависимости от содержания и идеологической структуры информации важно, чтобы потребители организовывали комментирование и комментировали эту проблему.

6. Эффективность электронных СМИ. Широко используются электронные носители. Эффективность - доступность. Гибкость не ограничивает срок.

7. Телеканалы с высоким рейтингом в Казахстане. Привлечение потребителей с использованием известных принципов. Программы предназначены для того, чтобы сосредоточиться на потребностях аудитории.

8. Веб-сайты, СМИ, Arna Media Holding. Национальная медиа-холдинговая компания «Арна Медиа» включает в себя национальные газеты «Казахстанская телекоммуникация» (KATELKO), «Қазтелерадио», агентство «Хабар», РТК «Қазақстан», «Егемен Қазақстан» и «Қазақстанская правда», «Қазақпарат», «Жас Өркен», «Қазақ газеттері». Это персональный сайт для каждой области. То есть, все новости для определенного места будут опубликованы агентством индивидуально.

9. Издательства холдинга «Нұр Медиа». «Нұр Медиа Холдинг» имеет следующие издательства: «Дала мен қала», «Страна и мир», «Айқын», «Литер», «Нұр Астана», «Түркістан», «Известия-Казахстан» и телеканал «Астана», а также радиостанции «Деловая волна» и «NS».

10. Типы блогов на основе контента. Контентные блоги, которые соответствуют спецификациям контента - блога, публикующего оригинальный контент автора. Мониторинг (справочные) блоги включают блоги, которые являются ключевыми ссылками на другие сайты на веб-сайте.

11. Цель создания «электронного правительства». Формирование индивидуального подхода к обмену информацией с электронным правительством.

12. Основная цель новостных порталов. Распространение информации, опирающейся на конкретные факты, охватывающие вопросы религии и защиты интересов частных компаний, своевременное распространение информации, глобальное и государственное освещение новостей.

13. Публичные мероприятия и события. Презентации, пресс-конференции, выставки, приемы. Интернет - это структурная целостность, которая обеспечивает точность журналистики.

14. Новые возможности для общественного мнения. Новые средства массовой информации могут сконцентрировать все аспекты общества на одном центре и развить общественное мнение.

15. Разработка новых медиа в формате конвергенции, функции. Использование различных аспектов медиаиндустрии в одном продукте. Интеграция информационных и коммуникационных технологий в единый информационный ресурс.

16. Информационные ресурсы.

Информационные ресурсы — документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, депозитариях, музейных хранилищах и т. п.).

17. Особенности мультимедии и функции.

Виды, задачи, роль, применение мультимедийных технологий.

18. Информационная инфраструктура и мультимедийная технология. Конвергенция и дигитализация.

19. Язык разметки и значение о гиперссылке.

Язык разметки гипертекста. HTML (HyperText Markup Language). HTML — язык разметки гипертекста.

20. Услуги специалиста по связям с общественностью. Роль объекта в информационном пространстве основана на особом излучении, содействии коммуникации в общении.

21. Электронные издания, интернет-издания, электронные сайты, электронные версии газет. Они включают графический, текстовый, цифровой, лингвистический, музыкальный, видео, фото и информацию, а также набор пользовательских документов.

22. Особенности социальных сетей и блогосфера. Социальные медиа - это способ распространения информации по всем пунктам назначения. Он сочетает в себе технологии и социальное взаимодействие со словами, изображениями, видео и аудио. И блогосфера - это сборник всех блогов в Интернете.

23. Настоящее и будущее цифровой журналистики. Эффективность спутникового приема - низкая стоимость приема информации. Новая технология позволяет дистанционно управлять студийным оборудованием в разных городах.

24. Услуги пресс-секретаря. Формализация образа СМИ и упорядочение всех внутренних и внешних ссылок либо через официальные авторитетные, либо специально организованные брифинги. Удовлетворение запросов СМИ и т.д. включает в себя работу.

25. Структура и функции пресс-службы. Теоретические и практические выводы, накопленные в процессе формирования и развития СМИ. Формообразующая структура производительности прессы.

26. Что такое «Спичрайтинг»? Разработка текста, контента перед выступлением на публику.

27. Формирование и развитие общественных отношений в Казахстане. Повышение согласованности общения между группами и классами путем корректировки различных линий связи Компании.

28. Необходимость ссылок, дайджестов и веб-обзоров

29. Самые важные свойства WWW.

Всемирная паутина. World Wide Web.

30. Задания репортера, планы и темы расследования.

Как предпринять меры от их кражи на компьютере?

Модуль 2

Телерадиожурналистика

Пояснительное письмо

Телевидение и радио имеют бесконечные возможности художественно визуальных средств СМИ. Это – прекрасная вещь, которая дает возможность человеку увидеть мир, человечество из самых разных уголков мира. Различные фильмы, спектакли театров, концерты, интервью и прямые эфиры на звуковых волнах и голубом экране помогают человеку развиваться духовно. Телевидение и радиовещание ищут новые возможности передачи каждодневных политических, культурных, эстетических моментов воспитания. Появление и развитие телевидения и радио, которое связывает страны между собой, заняло многие годы.

Телевидение и радиовещание являются одним из основных средств массовой информации, включая огромную систему информации, великую новинку двадцатого века, идеологический инструмент, который непосредственно затрагивает умы и мысли человечества, дух искусства и эстетический эффект, цивилизованный мир политики, специализированный социальный институт, который занимается изучением аудитории, и творческую деятельность, которая передает информацию.

Цели и задачи предмета:

Телевизионная журналистика - это социальный институт, отрасль политической деятельности общества и основа для теоретического овладения студентами принципами телевизионной журналистики.

- Предоставить полную информацию о характере и особенностях телевизионной и радиожурналистики, ее структурных особенностях и наглядных пособиях.
- Характеристика исторических этапов мировой и казахстанской теле- и радиожурналистики, тенденций современного развития и выводов о будущем овладеть методами говорения и методом режиссуры.
- Обучение тому, как записывать ТВ-сценарий, как планировать, писать, транслировать.
- Анализ отдельных жанров и форм телевизионной и радиожурналистики.
- Изучение принципов аудитории и изучение качества телевизионных шоу.
- Знакомство с творческим процессом теле и радиожурналистики.
- Осведомление о мировых тенденциях в телевизионной и радиожурналистике.
- Преподавание правовой основы современной телевизионной и радиожурналистики.
- Поощрение экспериментов по привлекательным и информативным телевизионным передачам в самых разных жанрах, различных формах телевизионного программирования и прямого эфира.

Курсы, преподаваемые в качестве основы этого курса: «Введение в журналистику», «Телерадиожурналистика».

Модуль 2

Телерадиожурналистика

1. История формирования телевизионной журналистики. Великая новинка 20-го века, которую предложило человечество. Историю телевизионной журналистики можно проследить с появления экспериментальных телепередач с 1930 по 1940 год.

2. Свойства информирования мировых телеканалов. Они включают всестороннюю, исчерпывающую информацию, а также информацию и цензуру. Свободные речевые агентства за рубежом широко используются в телевидении и газетах.

3. Государственные, общественные, коммерческие телеканалы. РТС для региональных центров и городов Астаны и Алматы получает более 30 SD-каналов с мультиплексированием. Мультиплексирование с «большим» (двухканальным каналом). У нас нет публичного телеканала. Есть только общественные и частные телеканалы. Государственные: Қазақстан, Балапан, Хабар, Astana TV, 24 kz и др. КТК «Коммерческий телевизионный канал» АО- первая казахязычная передача выходила в августе с 1998 года под названием «Бір күн».

4. Средства визуализации телевизионной журналистики Это: видео, аудио, слово, музыка, установка. Для изучения инструментов визуализации телевизионной журналистики желательно, в первую очередь, объяснить функцию элементов экранного языка. Фигуративная информация в телевизионной журналистике осуществляется камерой.

5. Структурные особенности телепередач. Программа представляет собой жанро-тематическую структуру сообщения. Процесс создания телевизионных программ, этапы программы: прогнозирование, перспективы и планирование календаря, пейджинг и радиовещание.

6. Жанры тележурналистики. Телевизионные жанры журналистики: классифицируются в три крупные, информационные, аналитические и художественно-публицистические группы. Характерно сообщить что-то новое в информационном жанре. Аналитические жанры основаны на индукции и дедукции, то есть на методе анализа и разборки. В жанре художественного жанра документальность и точность документального фильма на втором месте.

7. Структурные особенности аудитории телезрителей. Между телевидением и зрителем очень большая связь. После просмотра народных программ аудитория будет расширена по рейтингу телевизионных каналов. Его функции включают в себя определение того, как общаться с общественностью и проверять достоверность информации.

8. Роль и место трансляции в современном обществе. Цели функции вещания - описывать общие позиции в СМИ. Термин «функция» интерпретируется как задачи, цель и объем словарей. Что касается определения радиовещания, мы обращаем внимание на широкие рамки и общественное достояние.

9. Наглядные пособия по радиожурналистике. Само радио - звуковое искусство. Живописный инструмент иллюстрирует реальность жизни, красочные образы.

10. Технология аудио- и радиовещания. Главная цель трансляции - создать общие ценности аудитории, которая является ролью каждого специалиста. Надзор за функционированием вещательного оборудования аудиоаппаратурой. Каждый эксперт по радио - новостной агент и вещатели. Важна роль оператора в реализации технологии вещания.

11. История радиовещания в Казахстане Станция Форт-Александровск - первая радиостанция в Казахстане. Ташкентская радиостанция имеет большое значение для Туркестанского региона. Культура и язык, религия и история казахского народа и т. д. Роль вещателей в их многовековой истории. Как и другие виды журналистики, радио имеет исторические этапы.

1. Радиология на казахской земле 1921-1927 гг.

2. Массовое развитие радиовещания в 1927-1941 гг.

3. Советское радио Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

4. Послевоенные годы 1946-1950 годов.

5. Радио в тоталитарном государстве 1950-1985 гг.

6. Радио восстановления и рекламы 1985-1991 гг.

7. Новая эра Радио 1991 – 2009 гг.

12. Понятие «форма» и «жанр» в радиожурналистике. «Форма» в радиожурнализме - это жанровый синтез. И жанр теперь связан с концепцией проекта, идеи, метода.

13. Современное вещание формата радио.

Основные методы и формы вещания в современном мире: опыт российского вещания. Существуют следующие типы современного вещания: информационное вещание, информационное и музыкальное вещание, музыкальное информационное вещание, музыкальное вещание.

14. Информационные жанры радиожурналистики.

Жанровая специфика информационного сообщения - частота, эффективность и объективность, внутренняя структура и гармония информационного сообщения. Основными требованиями к информации являются скорость, прозрачность, точность, полнота, согласованность, объективность.

15. Аналитические жанры на радио.

Журналистский анализ - выраженное мнение о событии. Анализ известен как аналитический жанр. Разработка информационных сообщений, сбор различных подходов к нему, различия между операционным и проблемным анализом, прогнозы по субъективности, анализ данных или событий.

16. Экономическая основа радиовещания и радиоаудитория.

Структура аудитории и место интереса, мотивы, эффективность электронных СМИ; Типология набора аудитории, научная основа исследования аудитории, психологические особенности получения информации. Методы исследования аудитории - запросы, наблюдения, анализ документов, эксперимент. Получение телефона, электронной почты, ноу-хау в Интернете.

17. Тенденции вещания в мире и в Казахстане.

Одним из наиболее ярких примеров радиовещания в Казахстане является распространение граммофона и записей. Начало радиовещанию на казахской земле положено в 1921-1927 гг. Вещание используется только для связи и повторяет линейный телеграф. Для армян в зарубежных странах специальное радио будет транслироваться на армянском и арабском языках. Процессы вещания зарубежных стран и Казахстана похожи друг на друга, поскольку они предоставляют информацию широкой общественности.

18. Методы и формы исследования творчества журналиста.

Журналист работает журналистом или радио- и телевизионным работником и творчески настроен. Первая часть его работы - редакционная, организационная, вторая - литературное редактирование, а третья - творчество.

19. Интервью. Искусство допроса. Принципы интервью.

Метод интервью - один из методов изучения социальной психологии. Здесь интервьюер говорит со свидетелем (респондент), он тщательно интерпретирует его речь, различные реакции и отношения.

20. «Король» жанров – репортаж Репортаж - это форма журналистской деятельности. Информация о внутренних и международных мероприятиях, из печатных источников, радио, телевидения, на место происшествия. Репортажи возникают там, где произошло событие. Вот почему репортаж - это само событие.

21. Текст и его методы обучения. Текст представляет собой серию содержательных фраз, которые предоставляют информацию, присущую общей теме, обладающую непрерывностью и целостностью. Связь между текстовыми элементами определяется повторяющимися и переменными единицами.

22. Реклама - инструмент для информации. Реклама - объявление с целью предоставления информации о потребительских свойствах товаров, услуг и необходимости его увеличения. Общественные СМИ: телевидение, радио, газета, интернет, перспективы, плакаты и т. д.

23. Использование PR в казахстанских телеканалах. В настоящее время PR преподается как отдельный вид науки в высших учебных заведениях. В Казахстане известный клуб Elite Club по-прежнему остается самой престижной и успешной специальностью на телеканалах.

24. Роль источника и последовательности в доставке информации. Данные источника играют важную роль в предоставлении информации. Потому что журналистские данные основаны на факте. Трюки - авторская игра, которая используется, чтобы опровергнуть престиж, использовать информацию как ценный факт, чтобы критиковать чье-то мнение. Когда слова используются в науке, люди, применяющие их, должны логически понимать и соглашаться с тем, что говорят.

25. Художественные требования к телевизионным программам. Существует огромный спрос на телевизионные программы. Прежде всего, язык журналиста, стиль речи, сценарий, образ журналиста, тема должна быть систематической и понятной. Затем выполняются художественные требования.

26. Разница между дизайном на телеканале и дизайном газетного журнала.

Дизайн телеканала использует разные цвета. Кроме того, часто используются светлые цвета. Человек может поймать себя сразу на мысли о чем-то положительном. А дизайн газет и журналов, к сожалению, не затрагивает людей. Потому что некоторые из цветов в нем несовместимы.

27. Современные телекоммуникационные технологии. Современное телекоммуникационное оборудование - это технология хранения, передачи и изменения данных, то есть информационных технологий. Впервые этот термин появился в 1958 году. Это технологический элемент, используемый для обработки информации.

28. Взаимодействие между элементами отображения в кадре. Персонал - рекордный журналистский продукт. В зависимости от выбранной темы и записанного текста на экране каждая секунда истории будет записана без прерывания каждого эпизода, чтобы определить взаимосвязь между текстом и видео.

29. Роль цвета на экране и его психологическое воздействие на зрителя. Цвета на экране позволяют отображать изображения на экране дисплея, обычно больше, чем количество видимых цветов. Психология человека не имеет ни хороших, ни плохих четких ассоциаций с цветами.

30. Лингвистическое и стилистическое использование радио. Стилистическая особенность вещания - новости, информация и скорость.

3-модуль
Современные технологии связи с общественностью
Пояснительное письмо

Что должны уметь:

- уметь налаживать необходимые связи со СМИ, государственными и общественными структурами, партиями, движениями;
- уметь готовить информационные стратегии;
- проводить обзор изменений в сфере общественных коммуникаций и анализ состояния;
- использовать инструменты PR (пишет статьи, пресс-релизы, ведет блог и т. д.)
- владеть навыками проведения социальных и маркетинговых исследований;
- владеть навыками анализа исторических учений, отражающих необходимость или дающих преимущество в применении некоторых рекламных технологий;
- реализовывать профессиональные задачи в коммерческих структурах, в сферах экономики, бизнеса, производства, торговли; способен учитывать корпоративные социальные аспекты при реализации стратегии организации;

Основные образовательные траектории: Digital PR. Эта траектория готовит будущих специалистов, которые на продвинутом уровне овладеют всем набором digital-инструментов, от онлайн-рекламы и email-продвижения до SMM и контент-маркетинга. Работа с конкретными задачами, научиться создавать и продюсировать контент для цифрового носителя, а также планировать и проводить кампанию онлайн-продвижения. Creative PR. Эта траектория готовит будущих специалистов, которые смогут продвигать проекты в области культуры и искусства, востребованные в различных областях, от современного искусства и шоу – бизнеса до гуманитарных и социальных проектов.

3-модуль
Современные технологии связи с общественностью

1. PR, сущность, содержание и виды

Определения общественных отношений. Теория и практика.

2. Что вы знаете о теоретиках и практиках отечественного PR?

Анализ работ отечественных PR теоретиков и практиков PR.

3. Социальная роль общения с обществом

Описать социальную роль общественных отношений, привести примеры.

4. Деятельность институтов «паблик рилейшнз» в современном обществе Анализ PR институтов в современном обществе.

5. PR служба в случае кризиса

Виды PR деятельности

6. PR в системе государственной власти

Виды PR деятельности, примеры.

7. Практика PR-технологий в избирательных кампаниях.

Приведите примеры к политическому пиару

8. Функция «Стейкхолдеров»

Анализ работы «Стейкхолдеров», привести примеры

9. Основные требования к пресс-релизу

Особенности написания PR текстов.

10. Требования к организации пресс-конференции

Особенности организации PR-мероприятий.

11. Что такое «ивент» в PR?

Организация специальных мероприятий в PR.

12. Public relations Society of America (PRSA) общество по связям с общественностью, его функции.

Изучение работы сообщества PRSA.

13. Создание, функционирование Международного PR сообщества Лондона (IPRA)

Изучение работы сообщества IPRA.

14. Когда был принят Европейский кодекс профессионального поведения в области PR и что входит в его функции?

Знание Европейского профессионального кодекса поведения

15. Когда была принята Российская PR ассоциация (РАСО) и «Профессиональный кодекс чести» какова ее роль?

Знание российских PR профессиональных кодексов

16. Отличие и сходство маркетинга и PR

Знание теории PR. Отличие от маркетинга.

17. Отличие и сходства пропаганды и пиар

Знание теории PR. Отличие от маркетинга.

18. Что такое «манипулятивный контроль» в службе PR?

Виды манипулятивного контроля.

19. Функции PR клуба по связям с общественностью в Казахстане

Анализ работы клуба «PR».

20. Кто такой пресс-секретарь, его функции? Требования к пресс-секретарю.

Знать функции пресс-секретаря по связям с общественностью.

21. Что такое ImageMaking? Приведите примеры

Изучение функций имиджмейкеров в PR.

22. «Спонсорство» и «фанд-рейзинг» службы PR? Приведите примеры.

23. Что такое «Медиарилейшнз» в PR? Приведите примеры.

Теория и практика «Медиарилейшнз».

24. Что такое «Backgraund» в PR? Приведите примеры.

Взаимосвязь PR текстов. Приведите примеры.

25. Что такое fact-sheet в PR? Приведи примеры

Взаимодействие PR текстов.

26. Что такое «Байлайнер» в PR? Приведи примеры

Взаимодействие PR текстов.

27. Что такое «флешмоб»? Каковы требования к флешмобу?

Освоение организации «флешмобов».

28. Суть концепции RACE в стратегии PR-кампании

Знание классической формулы «RACE» в PR.

29. «Лоббизм» в связи с общественностью: примеры из отечественного и зарубежного опыта

Определение понятия «лоббизм», приведение примеров.

30. Качественные методы исследования в PR. Фокус-группа, SWOT-анализ

Методы исследования в PR.

Модуль 1

Мультимедийная журналистика

1. История формирования мультимедийной журналистики
2. Особенности жанров интернет-журналистики.
3. Представленность информационных жанров в интернете
4. Правила оформления мультимедийных материалов.
5. Особенности обратной связи в Интернете.
6. Эффективность электронных СМИ.
7. Телеканалы с высоким рейтингом в Казахстане.
8. Веб-сайты, СМИ, Arna Media Holding.
9. Издательства холдинга «Нұр Медиа».
10. Типы блогов на основе контента.
11. Цель создания «электронного правительства».
12. Основная цель новостных порталов.
13. Публичные мероприятия и события.
14. Новые возможности для общественного мнения.
15. Разработка новых медиа в формате конвергенции, функции.
16. Информационные ресурсы.
17. Особенности мультимедии и функции.
18. Информационная инфраструктура и мультимедийная технология.
19. Язык разметки и значение о гиперссылке.
20. Услуги специалиста по связям с общественностью.
21. Электронные издания, интернет-издания, электронные сайты, электронные версии газет.
22. Особенности социальных сетей и блогосфера.
23. Настоящее и будущее цифровой журналистики.
24. Услуги пресс-секретаря.
25. Структура и функции пресс-службы.
26. Что такое «Спичрайтинг»?
27. Формирование и развитие общественных отношений в Казахстане.
28. Необходимость ссылок, дайджестов и веб-обзоров
29. Самые важные свойства WWW.
30. Задания репортера, планы и темы расследования.

Список литературы

1. Абдрахманова, А.Т. Конфликтология [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.Т. Абдрахманова.- Алматы: TechSmith, 2018.- 1 электр. опт. диск.
2. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. / Ж. Бейнбриж, Н. Гок, Л. Тайнан. - Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. - 592б.
3. Молдабеков А. Инфографика, изображение и звук на телевидении: конспект лекции / А. Молдабеков. – Алматы: Эверо, 2020. – 300 с
4. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2022. - 155 б. 1 экз.
5. Павлодар облыстық теледидары: журналистика кеңістігінде [Электрондық ресурс]: Монография / Ж.Қ. Бижан, Е.Е. Тәткен.- Алматы: TechSmith, 2018.- 1 электр. опт. диск.
6. Рамазанова, Ж.С. Телерадиожурналистика [Электрондық ресурс]: Практикум / Ж.С. Рамазанова.- Алматы: ИП А.Ю.Рыбакова, 2020.- 1 электр. опт. диск. 1 экз.
7. Желтые страницы Интернет. Международные, российские и казахстанские ресурсы.

Модуль2

Телерадиожурналистика

1. История формирования телевизионной журналистики.
2. Технические предпосылки появления телевизора.
3. Свойства информирования мировых телеканалов.
4. Государственные, общественные, коммерческие телеканалы.
5. Средства визуализации телевизионной журналистики.
6. Структурные особенности телепередач.
7. Жанры тележурналистики.
8. Структурные особенности аудитории телезрителей.
9. Роль и место распространения радиопередач в современном обществе.
10. Средства визуализации радиожурналистики.
11. Аудиотехника и технология радиопередач.
12. История распространения радиопередач в Казахстане.
13. Термины «форма» и «жанр» в радиожурналистике.
14. Распространение радиопередач в современном формате.
15. Информационные жанры радиожурналистики.
16. Аналитические жанры радиожурналистики.
17. Радио аудитория и экономические основы распространения радио.
18. Тенденция радио распространения радиопередач в мире и Казахстане.
19. Способы и формы исследования журналистского творчества.
20. Интервью. Искусство задавать вопросы. Основы интервью.
21. Репортаж – «король» жанров.
22. Текст и методика его чтения.
23. Реклама – инструмент информирования.
24. PR на казахстанских телеканалах.
25. Роль данных и доказательств в информировании.
26. Художественные условия телепередач.
27. Различия дизайна телепередач и газет-журналов.
28. Современные телекоммуникационные технологии.
29. Совместимость визуальных элементов кадра.
30. Роль цвета на экране и его психологическое влияние на зрителя.

Список литературы

1. Декларации принципов поведения журналиста (Международная федерация журналистов)
2. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. / Ж. Бейнбриж, Н. Гок, Л. Тайнан. - Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2019. - 592б.
3. История казахской Журналистики/ Мукашева М. Т., 2018. – 145
4. Сердәлі, Б. Қазіргі журналистиканың жанрлық формалары мен қызметі. [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі, Б. - Алматы: Лантар Трэйд, 2021. - 171 б. 1 экз.
5. Жумабеков М.К., БодеевМ.Т. Спорт журналистикасы: оқу-әдістемелік құралы / М.К. Жумабеков, М.Т. Бодеев.– Алматы: Эверо, 2020.– 120 б.
6. Фельетон в современной печати Казахстана, 2016. - 201 с.
7. Связи с общественностью / Шапкина Е. В., 2016. - 325 с.

Модуль 3

Современные технологии связи с общественностью

1. PR, сущность, содержание и виды.
2. Что вы знаете о теоретиках и практиках отечественного PR?
3. Социальная роль общения с обществом
4. Деятельность институтов «паблик рилейшнз» в современном обществе
5. PR служба в случае кризиса
6. PR в системе государственной власти
7. Практика PR-технологий в избирательных кампаниях.
8. Функция «Стейкхолдеров»
9. Основные требования к пресс-релизу
10. Требования к организации пресс-конференции
11. Что такое «ивент» в PR?
12. Public relations Society of America (PRSA) общество по связям с общественностью, его функции.
13. Создание, функционирование Международного PR сообщества Лондона (IPRA)
14. Когда был принят Европейский кодекс профессионального поведения в области PR и что входит в его функции?
15. Когда была принята Российская PR ассоциация (РАСО) и «Профессиональный кодекс чести» какова ее роль?
16. Отличие и сходство маркетинга и PR
17. Отличие и сходства пропаганды и пиар
18. Что такое «манипулятивный контроль» в службе PR?
19. Функции PR клуба по связям с общественностью в Казахстане
20. Кто такой пресс-секретарь, его функции? Требования к пресс-секретарю.
21. Что такое ImageMaking? Приведите примеры
22. «Спонсорство» и «фанд-рейзинг» службы PR? Приведите примеры.
23. Что такое «Медиарилейшнз» в PR? Приведите примеры.
24. Что такое «Background» в PR? Приведите примеры.
25. Что такое fact-sheet в PR? Приведи примеры
26. Что такое «Байлайнер» в PR? Приведи примеры
27. Что такое «флешмоб»? Каковы требования к флешмобу?
28. Суть концепции RACE в стратегии PR-кампании
29. «Лоббизм» в связи с общественностью: примеры из отечественного и зарубежного опыта
30. Качественные методы исследования в PR. Фокус-группа, SWOT-анализ

Список литературы

1. Ответственность журналиста (с позиции журналистской деонтологии) / Абишева В. Т., 2020. - 241 с.
2. Ли, Э.П. Медиа этика. Жас мамандардың тәжірибесінен [Мәтін]: Оқулық / Энн Пек Ли, С.Рил Гай.- Астана: Ұлттық аударма бюросы, 2018.- 304 б. 99 экз.
3. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі Б. - Алматы: Лантар Трәйд, 2022. - 155 б. 1 экз.
4. Шамахайұлы Қ. Телевизия журналистикасы: Теория және практика: Монография. / Қ. Шамахайұлы, Алматы. «Эверо» баспасы, 2020. – 220 бет.
5. Сердәлі Б. Телеоператор шеберлігі [Мәтін]: Оқу құралы / Сердәлі Б. - Алматы: Лантар Трәйд, 2022. - 155 б. 1 экз.
6. Связи с общественностью / Шапкина Е. В., 2016. - 325 с.