



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»



Директор ИФИЯМ ИГУ М.Б. Ташлыкова

“15” марта 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.15. ДЕЛОВЫЕ И КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ

Направление подготовки **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки:

Журналистика и новые медиа

Квалификация (степень) выпускника **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Согласовано с УМК ИФИЯМ ИГУ

Протокол №_7_от «15»_марта_2022_г.

Председатель Михалева О.Л.

Рекомендовано отделением
ВШЖМ:

Протокол № 7 от «11» марта 2022 г.

Руководитель отделения
А.В. Гимельштейн

Иркутск 2022 г.

Содержание

	стр.
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	3
4. Содержание и структура дисциплины (модуля)	5
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	5
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	6
4.3. Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ	9
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)	10
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	11
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	11
а) перечень литературы;	11
б) периодические издания;	11
в) список авторских методических разработок;	12
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.	12
6. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование;	14
6.2. Программное обеспечение;	14
6.3. Технические и электронные средства	14
7. Образовательные технологии	15
8. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	16

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Цель курса «Деловые и корпоративные СМИ» – дать студентам углубленное знание типологических особенностей деловой и корпоративной журналистики, изучить взаимосвязь с другими направлениями, обозначить место корпоративных изданий в общей системе средств массовой коммуникации, рассмотреть специфику работы редакции корпоративных СМИ.

Задачи курса:

- рассмотреть особенности функционирования деловых СМИ;
- дать обучающимся знания и навыки по вопросам специфики функционирования современной корпоративной прессы;
- помочь студентам выделить особенности задач корпоративных СМИ, их основные функции;
- дать представление о профессиональных сообществах издателей корпоративных СМИ;
- ознакомить студентов со спецификой работы редакции корпоративного СМИ и с особенностями взаимоотношений с руководством учреждения;
- познакомить со спецификой целевых аудиторий корпоративных СМИ;
- подготовить студентов к производству информационных сообщений в редакции корпоративных СМИ;
- проанализировать информационные сообщения в корпоративных СМИ на наличие в них новизны, жанра, наличия/отсутствия авторских оценок;
- ознакомить студентов с экономическими параметрами выпуска корпоративных СМИ.
- ознакомить студентов с современными мировыми тенденциями, закономерностями и особенностями развития корпоративных СМИ.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина Б1.В.15 «Деловые и корпоративные СМИ» относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается студентами 4 курса (2 семестр). Курс «Деловые и корпоративные СМИ» формирует знания о специфике и особенностях развития данной сферы журналистской деятельности, а также дополняет и углубляет представления студентов о средствах массовой информации как о целостной взаимосвязанной системе.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, развивающими необходимые общегуманитарные и социально-экономические знания, умения и компетенции: «Экономика», «Система современных средств массовой информации», «Типология современных региональных СМИ».

2.3. Дисциплина «Деловые и корпоративные СМИ» необходима для изучения следующих дисциплин: «Экономика и менеджмент средств массовой информации», «Основы рекламы и публичных рилейшнз в средствах массовой информации», «Пресс-служба в коммуникационном процессе». Практическое применение полученных в ходе изучения дисциплины знаний предполагается в процессе прохождения производственной практики, а также при подготовке выпускной квалификационной работы.

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 42.03.02 Журналистика: ПК-1, ПК-6.

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

Компетенция	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения
<p><i>ПК-1</i> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>ИДК ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных <i>источников</i> ИДК ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа</p>	<p>знать: систему жанров и форматов СМИ, типологические и функциональные особенности деловых и корпоративных СМИ в системе массовых коммуникаций; правила и приемы подготовки материалов для корпоративной прессы; уметь: выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа, уверенно ориентироваться в типах и видах корпоративных СМИ; планировать тематику корпоративных СМИ, уметь взаимодействовать с источниками информации, готовить материалы разных жанров; уметь планировать работу, работать в команде, сотрудничать с техническими службами; владеть: навыками анализа деловой и корпоративной прессы, навыками подготовки материалов и номера; владеть знаниями и начальными навыками по организации выпуска корпоративной газеты.</p>
<p><i>ПК-6</i> Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>ИДК ПК-6.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>знать: нормы профессиональной и корпоративной этики в деловых и корпоративных СМИ; уметь: Определять ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий владеть: пониманием общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта</p>

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа,
в том числе _____ зачетных единиц, _____ часов на экзамен *(при наличии)*

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий часов

Из них _____ часов – практическая подготовка

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

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа (в том числе внеаудиторная, СР, СКР)	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1	Тема 1. Корпоративная культура организации. Цели формирования корпоративной культуры, миссия организации, корпоративный кодекс.	4	7		1			6	Доклады по корпоративной культуре организации.
2	Тема 2. Корпоративные издания в системе СМИ.	4	5		1			4	Устный опрос по итогам просмотра электронной базы газет в интернете (компьютерный класс)

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
					Контактная работа преподавателя с обучающимися		на работа (в том числе внеаудиторная)		
3	Тема 3. Система деловых журналов в России.	4	25		1			24	Обзор и анализ газет. Доклады по периодическим изданиям. Дискуссия.
4	Тема 4. Типология корпоративных СМИ.	4	25		1	2		22	Обзор и анализ газет. Доклады по периодическим изданиям. Дискуссия.
5	Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.	4	6	2		2		4	Контрольная работа.
	Промежуточная аттестация								
	Итого часов		72		4	4		60	Зачет

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	Срок и выполнения	Затраты времени (час.)		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Срок и выполнения	Затраты времени (час.)		
4	Тема 1. Корпоративная культура организации. Цели формирования корпоративной культуры, миссия организации, корпоративный кодекс.	Подготовка доклада	2-3 нед.	6	Доклады	Шинкарева А.П. Корпоративные СМИ: от истоков к перспективам : учеб. пособие. – Иркутск : ИГУЮ 2014. Интернет-ресурсы Иркутской областной публичной библиотеки им. И.И.Молчанова-Сибирского.. Интернет-ресурсы Научной библиотеки им. В.Г.Распутина ФГБОУ ВО «ИГУ».
4	Тема 2. Корпоративные издания в системе СМИ.	Подготовка к опросу	1-2 нед.	4	Устный опрос	То же
4	Тема 3. Система деловых журналов в России.	Подготовка докладов и обзора газет	3-4 нед.	24	Обзор и анализ газет. Доклады по периодическим изданиям. Дискуссия.	То же

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Срок и выполнения	Затраты времени (час.)		
4	Тема 4. Типология корпоративных СМИ.	Подготовка докладов и обзора газет	3-4 нед.	22	Обзор и анализ газет. Доклады. Дискуссия	То же
4	Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.	Подготовка к контрольной работе	1-2 нед.	4	Контрольная работа	Шинкарева А.П. Корпоративные СМИ: от истоков к перспективам : учеб. пособие. – Иркутск : ИГУЮ 2014.
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				60		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				60		

4.3 Содержание учебного материала

Тема 1. Тема 1. Корпоративная культура организации.

Цели формирования корпоративной культуры, миссия организации, корпоративный кодекс. Этапы формирования корпоративной культуры, компоненты корпоративной культуры.

Тема 2. Корпоративные издания в системе СМИ.

Цель, задачи и функции корпоративных изданий. Профессиональные сообщества издателей корпоративных СМИ. Корпорации и социально ответственный бизнес. Эффективность корпоративного издания.

Тема 3. Система деловых журналов в России.

Особенности становления, функционирования и развития. Специфика общероссийских и региональных деловых изданий.

Тема 4. Типология корпоративных СМИ.

Издания для внутренней аудитории: издания для персонала (business-to-personnel, b2p). Издания для внешней аудитории: издания для клиентов (business-to-client, b2c); издания для партнеров (business-to-business, b2b). Иногда из этой группы в отдельные подгруппы выделяют издания для отрасли в целом (business-to-industry, b2i), а также профильные издания (business to professional). Издания смешанного типа, универсальные издания. Содержательная модель корпоративного СМИ.

Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.

Организация и выпуск корпоративного издания. Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи. Примеры корпоративных изданий различных отраслей.

IV.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	Тема 4	Тема 4. Типология корпоративных СМИ.	2	Обзор и анализ газет	ПК-1, ПК-6
2	Тема 5	Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.	2	Контрольная работа	ПК-1, ПК-6

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Тема 1. Корпоративная культура организации. Цели формирования	Подготовка доклада	ПК-1, ПК-6	ПК-1.3 ПК-1.7 ПК-6.3

	корпоративной культуры, миссия организации, корпоративный кодекс.			
2	Тема 2. Корпоративные издания в системе СМИ.	Подготовка к опросу	ПК-1, ПК-6	ПК-1.3 ПК-6.3
3	Тема 3. Система деловых журналов в России.	Подготовка докладов и обзора газет	ПК-1, ПК-6	ПК-1.3 ПК-6.3
4	Тема 4. Типология корпоративных СМИ.	Подготовка докладов и обзора газет	ПК-1, ПК-6	ПК-1.3 ПК-6.3
5.	Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.	Подготовка к контрольной работе	ПК-1, ПК-6	ПК-1.3 ПК-1.7

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Учебным планом предусмотрено 40 часов, отведенных на самостоятельную работу по дисциплине. Для успешного овладения материалом занятий предусмотрен еженедельный контроль, основанный на ознакомлении с материалами корпоративный и деловых СМИ разных типов и разных периодов.

1. В соответствии с тематическим планом к практическому занятию каждому студенту надо быть готовым к анализу определенных газет.

2. В начале семестра и в середине семестра предусмотрено выступление студентов с самостоятельно подготовленными докладами, в конце семестра предусмотрена контрольная работа, где предстоит ответить на ряд вопросов на основе лекционных материалов, дополнительно изученной литературы и общих обзоров изданий.

3. Объем часов, предусмотренных на самостоятельную работу студентов, включает подготовку одного трёх обязательных докладов и подготовку к участию в дискуссиях по анализу содержания и оформления деловых и корпоративных изданий. Доклады делаются в соответствии с представленным в начале семестра рабочим графиком, где обозначена тема, дата ее обсуждения и фамилии студентов-докладчиков. Темы докладов на практических занятиях соотносятся с темами читаемых лекций, поэтому перенос выступления недопустим.

Темы распределяются между студентами в начале семестра, при выборе темы предстоящего доклада составляется график выступлений с докладами, с указанием даты и фамилии студента. Тексты доклада сдаются преподавателю в печатном виде для учета как составной части зачета (практическая часть экзаменационного билета, отражающего навыки владения предметом). Уровень подготовки доклада, степень активности при обсуждении других докладов, участие в обсуждениях также учитываются при сдаче экзамена.

При подготовке докладов рекомендуется вначале изучить эмпирический материал (источниковую базу), выяснить, что по теме вашего будущего выступления писалось и пишется в СМИ, изучить интернет-источники, электронные библиотеки. В докладе следует кратко осветить основные вехи истории издания, охарактеризовать газету или журнал, указать основную тематику и т.д. Обязательным является представление списка литературы и источников, печатных и электронных, изученных при подготовке доклада.

Доклад может сопровождаться электронной презентацией (об этом надо заранее предупредить преподавателя, чтобы проводить занятия в мультимедийной аудитории или

подготовить переносное мультимедийное оборудование).

4. Также необходимо подготовить краткие конспекты по определенным темам. Названия статей, авторы, источники перечислены в разделах по каждой теме.

5. Подготовка к зачету.

Перечень вопросов к зачету отражает тематику лекционных и практических занятий и докладов, при сдаче зачета преподавателем учитывается уровень подготовки доклада, активность обучающегося на занятиях, участие в дискуссиях и обсуждениях темы. В ходе зачета выявляется уровень умений, знаний и навыков обучающегося. Список вопросов для зачета представлен в фонде оценочных средств.

Также методические рекомендации по организации самостоятельной работы имеются в свободном доступе для каждого обучающегося, в ЭЛИОС ФГБОУ ВО «ИГУ». Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru> («Baikal E-Learning CAMPUS»).

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии) курсовые работы не предусмотрены.

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

а) перечень литературы

федеральные законы и нормативные документы (при наличии):

1. О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Российская газета. 2006. 15 марта.

2. О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 28.07.2012). (С изм. и доп., вступившими в силу с 01.09.2012).

основная литература:

1. Вартанова Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / Е.Л. Вартанова. – М. : Аспект Пресс, 3013. – 464 с. – Режим доступа: ЭБС «Айбукс». Неогранич. доступ

2. Гольдфарб, Станислав Иосифович. Массовая информация. История. Теория. Практика [Текст]: научное издание / С.И.Гольдфарб; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск: Репроцентр А1, 2013. - 395 с.: ил.; 23 см. - ISBN 978-5-91344-467-7:469 экз.

3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст] : учебник / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 350 с. 30 экз.

4. Тертычный А.А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 3014. – 350 с. – Режим доступа: ЭБС «Айбукс». Неогранич. доступ

5. Шинкарева, Антонина Петровна. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам) [Текст] : учеб. пособие / А. П. Шинкарева ; рец.: А. В. Гимельштейн, Е. М. Хохряков ; Иркутский гос. ун-т, Фак. филолог. и журн. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 245 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 220-225. - ISBN 978-5-9624-1208-5 : 370.00 р. 31 экз.

в) дополнительная литература

1. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики : Учеб. пособие / Е. В. Ахмадулин. – М.; Ростов н/Д : МарТ, 2008. – 319 с. 3экз.

2. Ворошилов В.В. Журналистика : Базовый курс : учебник / В.В. Ворошилов. - 5-е изд.- СПб. : СПб ун-т сервиса и экономики ; Фак-т жур-ки, 2006. – 639 с. 31 экз.

3. Ворошилов В.В. Журналистика : учеб. для студ. вузов / В.В. Ворошилов. - 7-е изд., стер. - М. : Флинта : КноРус, 2014. – 491 с. 1 экз.
4. Инджиев А.А. Универсальный справочник начинающего журналиста [Текст] : метод. указания / А.А. Инджиев. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 495 с. 14 экз.
5. Интернет-СМИ. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие / М.М. Лукина [и др.]. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с. 31 экз.
6. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста для бакалавров и магистров [Текст] : учебник / М.Н. Ким. – СПб : Питер, 2011. – 395 с. 21 экз.
7. Корконосенко С.Г. Основы журналистики [Текст] : учебник для студентов вузов / С.Г. Корконосенко. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. Аспект Пресс, 2006. – 318 с. 10 экз.
8. Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации) [Текст] : материалы научно-практического семинара «современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (корпоративные массмедиа)» 1 дек. 2010 г., СПб. / СПб ун-т, Фак-т жур-ки, Кафедра периодической печати ; ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб. : [б.и.], 2010. – 194 с. 1 экз.
9. Кузнецов, Иван Васильевич. История отечественной журналистики (1917-2000) [Текст] : учеб. комплект: Учеб. пособие. Хрестоматия / И. В. Кузнецов. - 3-е изд., испр. - М. : Флинта : Наука, 2006. - 640 с. ; 21 см. - Библиогр.: с.634-635 . - ISBN 5-89349-369-9. - ISBN 5-02-022715-3 : 261.58 р., 247.53 р.31 экз.
10. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества в современных СМИ [Текст] : Учеб. пособие / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 319 с. 11 экз.
11. Махонина, Светлана Яковлевна. История русской журналистики начала XX века [Текст] : учеб.-метод. комплект: Учеб. пособие. Хрестоматия / С. Я. Махонина. - 2-е изд., испр. - М. : Флинта : Наука, 2006. - 368 с. ; 21 см. - Библиогр.: с.239 . - ISBN 5-89349-738-4 : 164.56 р., 151.05 р. 30 экз.
12. Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е.П. Прохоров. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 321 с. 1 экз.
13. Проблематика СМИ. Информационная повестка дня : учеб. пособие для студ. вузов / ред. М. В. Шкондин, Г.С. Вычуб, Т.И. Фролова. – М.: АспектПресс, 2008. – 316 с. 45 экз.
14. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику : теор. основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / Е. П. Прохоров. – М. : РИП-холдинг, 2006. – 201 с. 1 экз.
15. Средства массовой информации России : учеб. пособие / ред. Я.Н. Засурский ; науч. ред. Е.Л. Вартанова, М.В. Шкондин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 391 с. 10 экз.

б) периодические издания

Деловые и корпоративные СМИ России и Иркутской области.

в) перечень авторских методических разработок

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронная библиотека «Труды ученых ИГУ» (<http://ellib.library.isu.ru>).
3. Электронные библиотечные системы. Научная библиотека им. В.Г.Распутина Иркутского государственного университета. Образовательные ресурсы НБ ИГУ:
 - ЭЧЗ «БиблиоТех»
 - ЭБС «Издательство «Лань»
 - ЭБС «Руконт»
 - ЭБС «Айбукс»
 - ЭБС «ЮРАЙТ»
 - ИС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

4. Библиотека Единого окна доступа к образовательным ресурсам – <http://window.edu.ru/library>
5. <http://www.irklib.ru> Интернет-ресурсы Иркутской областной научной публичной библиотеки им. И.И.Молчанова-Сибирского.
6. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова <http://www.mediascope.ru>
7. Интернет-ресурсы Иркутской областной публичной библиотеки им. И.И.Молчанова-Сибирского. <http://www.irklib.ru>
8. Интернет-ресурсы Научной библиотеки ФГБОУ ВО «ИГУ». <http://library.isu.ru/ru/resources/internet/index.html>
library.isu.ru – Научная библиотека имени В.Г.Распутина Иркутского государственного университета.
9. Коллекция сибирских и дальневосточных газет в фонде Научной библиотеки ТГУ. <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:404488#>
11. Дополнительные полезные ссылки по теме: <http://starosti.ru/ssylki.php>
12. Информационно-аналитическая система «Медиалогия» <http://www.mlg.ru>
13. Рейтинги СМИ (Федеральные СМИ. Региональные СМИ. Отраслевые СМИ):
Рейтинг самых цитируемых медиа-ресурсов:
http://www.mlg.ru/ratings/industrial_smi/2301/
14. Портал «Управление производством».
Ежегодный рейтинг корпоративных изданий промышленных компаний
http://www.up-pro.ru/specprojects/rating-corporativnyh-izdaniy/rejting_korporativnyh_izdaniy_proizvodstvennyh.html
15. Журнал «Журналист» (http://journalist-virt.ru/golden_fund/konkurs/index.phtml)
16. Электронные версии учебников и ряда других источников:
<https://tvkinoradio.ru/article/article4230-kak-napisat-loglajn-zayavku-sinopsis>
<http://www.screenwriter.ru/info/logline>
<http://www.studfiles.ru/preview/5913183/page:21/>
<http://www.mediaeducation.ru>
www.media-online.ru
<http://corpress.ru/>
www.presslab.ru/press/press2.html
http://media.utmn.ru/library_view_book.php?chapter_num=2&bid=70
17. Электронная библиотека «Труды ученых ИГУ» (<http://ellib.library.isu.ru>).
18. Библиотека Единого окна доступа к образовательным ресурсам – <http://window.edu.ru/library>
19. Электронные каталоги Российской национальной библиотеки <http://www.nlr.ru/poisk/>
20. Библиотека сайта, посвященного журналистике, рекламе и PR; авторский проект Екатерины Алеевой - <http://www.eartist.narod.ru/>
21. Сайт Союза журналистов РФ <http://www.ruj.ru>
22. Комитет по защите журналистов - <http://cpj.org/ru/>
23. Медиакратия-общероссийский информационно-образовательный проект для молодых журналистов. www.mediacrataia.ru/
24. Система мониторинга и анализа СМИ Медиалогия. <http://www.mlg.ru>
25. «Журналист. Социальные коммуникации» http://journalist-virt.ru/social_communications/index.phtml
26. «Журналистика и медиарынок» // <http://www.jourmedia.ru>
27. «Среда» // <http://www.sreda-mag.ru>
28. Электронный журнал по исследованиям СМИ «Медиаскоп» www.mediascope.ru
29. Интернет-издание Colta.ru <http://www.colta.ru/media>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Освоение дисциплины «Деловые и корпоративные СМИ» предполагает использование учебно-лабораторного оборудования в зависимости от вида занятий:

1. Стандартная лекционная аудитория для потока студентов (3 группы) со стандартным набором мебели, аудиторного и мультимедийного оборудования.

2. Мультимедийная аудитория для практических занятий группы бакалавров с проекционным оборудованием – при необходимости сопровождать доклады и выступления презентациями. Мультимедийный класс с проекционным оборудованием – при необходимости сопровождать доклады и выступления презентациями. Оборудован: *специализированной* (учебной) мебелью, доской меловой, кафедрой для выступления, проекционным экраном. Системный блок Альфа-775, Монитор Samsung Sync Master 943N, проектор Optoma X 312.

3. Компьютерный класс и средства телекоммуникации (выход в Интернет, электронная почта, социальные сети и пр.) – для проведения практических занятий, на которых предусмотрено в реальном режиме анализировать электронные версии СМИ и работать с электронными системами и базами.

Используются дополнительные материалы: статьи, номера газет и журналов изучаемого периода для конкретизации тематики занятий.

6.2. Программное обеспечение:

Используется набор компьютерных программ и выход в интернет.

1. **«Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License».** – Форус Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц.№1В08161103014721370444.
2. **OFFICE 2007 Suite.** Лицензия № 43364238.
3. **Drupal 7.5.4.** Условия правообладателя (Лицензия GPL-2.0 - ware free). 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.
4. **Moodle 3.2.1.** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
5. **Google Chrome 54.0.2840.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/ Срок действия: бессрочно.
6. **Google Hangouts** Браузер – Условия правообладателя/ Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Hangouts Срок действия: бессрочно.
7. **Mozilla Firefox 50.0.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
8. **Opera 41. Браузер** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
9. **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL - ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic. Срок действия: бессрочно.
10. **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания дисциплины «Деловые и корпоративные СМИ» 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 «Деловые и корпоративные СМИ» 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

Дисциплина «Деловые и корпоративные СМИ» состоит из лекционных и практических занятий. При реализации компетентного подхода в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» к освоению учебной программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в виде лекционных и практических занятий. Не менее 20% занятий проходят в интерактивной форме. Теоретический материал дополняется примерами из материалов СМИ, журналисткой практики. Предусмотрены следующие виды образовательных технологий: подготовка докладов для выступления в аудитории, анализ периодических изданий, организация практического занятия в компьютерном классе для контроля за уровнем освоения обучающимися навыков поиска исторической информации в интерактивном реальном режиме или удаленно через интернет, освоение навыков отбора и анализа данных по обозначенной тематике, взаимное оценивание обучающимися уровня подготовленных докладов для формирования умения публичных выступлений и навыков оформления научных работ. Большое внимание уделяется вопросам организации самостоятельной работы студентов.

Освоение обучающимися дисциплины «Деловые и корпоративные СМИ» предполагает использование как традиционных, так и инновационных образовательных технологий, а также их сочетания. Базой изучения дисциплины является практический оценочно-аналитический подход к восприятию исторических процессов развития отечественной и сибирской журналистики на основе анализа газет и журналов разных периодов.

Среди оценочных средств курса – контрольные работы, устный опрос, доклады, обзоры материалов и анализ СМИ, дискуссии. На занятиях обсуждается заявленная тематика в виде доклада кого-либо из студентов и дискуссий на основе анализа газет и журналов, изученных

источников и литературы.

Инновационные технологии включают в себя активные и интерактивные формы проведения занятий. В рамках учебного курса предусмотрены возможные встречи с представителями и руководителями СМИ государственных и общественных организаций, участие в мастер-классах экспертов и журналистов-практиков в рамках медиафорума «Иркутский меридиан».

Для преподавания данной дисциплины также используются технологии модульного обучения – организация учебного процесса для полного овладения содержанием образовательных программ, сконцентрированным по тематическим группам, на основе учебных модулей с учетом индивидуальных интересов субъектов образовательного процесса в сочетании с тематической группой заданий.

В учебном процессе обращается внимание на овладение бакалаврами приемами аналитического восприятия получаемой информации, материалов СМИ, событий и фактов, с упором на технологии развития критического мышления обучающихся с целью развития умений и навыков через организацию семинаров-дискуссий в сочетании с подготовкой исследования по выбранной теме (доклад).

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Тема 1. Корпоративная культура организации. Цели формирования корпоративной культуры, миссия организации, корпоративный кодекс.	Практ.	Устный доклад	2
2	Тема 2. Корпоративные издания в системе СМИ.	Практ.	Опрос	4
3	Тема 3. Система деловых журналов в России.	Практ.	Обзор и анализ газет	4
4	Тема 4. Типология корпоративных СМИ.	Практ.	Обзор и анализ газет	2
5	Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.	Практ.	Контрольная работа	4
Итого часов				16

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства (ОС):

8.1. Оценочные средства для входного контроля.

Опрос студентов для получения представления об их текущих знаниях по дисциплине и письменная аудиторная контрольная работа.

8.2. Оценочные средства текущего контроля формируются в соответствии с ЛНА

(локальный нормативный акт) университета и предназначены для выявления

сформированности необходимых компетенций. Процесс изучения дисциплины и назначение оценочных средств ТК направлен на формирование компетенций ПК-1, ПК-6.

Оценочными средствами текущего контроля по дисциплине «Деловые и корпоративные СМИ» являются:

- контрольная работа
- устный опрос
- доклад
- дискуссии, обсуждение журналистских текстов соответствующего теме периода.

Контрольная работа

Контрольная работа – это форма письменного контроля, используемая как средство проверки знаний, умений или навыков по применению полученных в процессе обучения сведений путем решения проблем/задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа по данной дисциплине используется для оценки знаний определенной группы тем (модуля), поэтому проводится после завершения изучения раздела. Контрольная работа предполагает письменный анализ корпоративного издания. Примерная схема анализа корпоративного издания:

- название издания, корпоративная принадлежность, история издания;
- характер и способ выпуска корпоративного СМИ;
- вид и модель издания;
- формат, тираж издания, периодичность;
- тип издания;
- основные функции анализируемых корпоративных СМИ;
- дизайн издания, особенности верстки;
- структура издания, использование жанров;
- особенности публикаций, рубрики, тематика материалов;
- оценка эффективности корпоративного издания.

Критерии оценки контрольной работы – «зачтено» или «не зачтено»

– «зачтено» выставляется, если содержание ответа на каждый из вопросов контрольной работы соответствует предложенному плану; в ответах обучающийся демонстрирует понимание сути обозначенной проблемы, оперирует фактами, приводит примеры из СМИ, дает собственную оценку.

– «не зачтено» выставляется, если содержание ответов на вопросы контрольной работы не соответствуют теме и не раскрывают сути проблемы или демонстрируют ее непонимание; не приводятся факты и примеры из СМИ.

8.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена или зачета).

Примерный перечень вопросов к зачёту


1. Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR.
2. Деловые издания в системе российских и региональных СМИ.
3. Цели и задачи, основные функции корпоративного издания.
4. Типология корпоративных СМИ.
5. Внутрикorporативные СМИ, их особенности.
6. Профессиональные объединения в системе корпоративных СМИ.
7. Целевые аудитории корпоративных СМИ.
8. Способы организации выпуска корпоративных изданий
9. «Bespoke publishing» («издания на заказ»). Преимущества и недостатки.
10. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном издании.
11. Методы оценки эффективности корпоративного СМИ.

12. Основная тематика корпоративных СМИ.
13. Особенности и многообразие клиентских корпоративных СМИ.
14. Специфика отраслевых (профильных) корпоративных изданий.
15. Особенности изданий градообразующих предприятий.
16. «Бортовые журналы», их особенности, место в системе СМИ.
17. Рейтинги и конкурсы корпоративных изданий. Издания-лауреаты
18. Корпоративные Интернет-сайты: современные тенденции развития.
19. Отраслевые издания в системе деловых СМИ
20. Общность и различия многотиражных и корпоративных газет.

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Устный доклад	Тема 1. Корпоративные СМИ в истории журналистики (Международный, российский, сибирский опыт).	ПК-1, ПК-6
2	Опрос	Тема 2. Корпоративные издания в системе СМИ.	ПК-1, ПК-6
3	Обзор и анализ газет	Тема 3. Система деловых журналов в России.	ПК-1, ПК-6
4	Обзор и анализ газет	Тема 4. Типология корпоративных СМИ.	ПК-1, ПК-6
5	Контрольная работа	Тема 5. Особенности организации выпуска корпоративного издания.	ПК-1, ПК-6

Разработчики:



 (подпись)

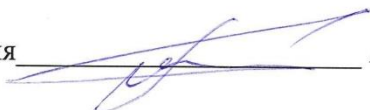
старший преподаватель
 (занимаемая должность)

Л. Г. Добосова
 (инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика» и профилю подготовки «Журналистика и новые медиа».

Программа рассмотрена на заседании отделения «Высшая школа журналистики и медиапроизводства» 11 марта 2022 г. Протокол № 7.

Руководитель отделения _____



А. В. Гимельштейн

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