



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета бизнес-коммуникаций и  
информатики

В.К. Карнаухова

«16» марта 2022 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.16 Корпоративные СМИ**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины  
(модуля))*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий\*))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-  
коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы:

Протокол № 7 от «16» марта 2022 г.

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

зав. кафедры

. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	5
4.3 Содержание учебного материала .....	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	8
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	14
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	14
а) основная литература .....	14
б) дополнительная литература .....	14
в) периодическая литература .....	14
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	15
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	15
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	15
6.2. Программное обеспечение .....	17
6.3. Технические и электронные средства .....	17
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	17
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	18
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	18
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	20

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** является формирование у студентов знаний, представлений, навыков о принципах создания и функционирования корпоративных СМИ, их роли в формировании корпоративной политики, корпоративной философии и корпоративной культуры.

### **Задачи:**

- сформировать знания о роли корпоративных изданий в бизнес коммуникациях компании, организации;
- сформировать представления об оперативной работе в редакциях корпоративных изданий разных видов;
- сформировать практические навыки создания корпоративного издания.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Корпоративные СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере рекламы и связей с общественностью и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью а коммерческой сфере.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Основы теории коммуникации;
- Основы интегрированных коммуникаций.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Деятельность предприятий и служб в профессиональной сфере;
- Реклама и связи с общественностью в сфере применения.

## **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:

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

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-1.3	Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-5 Способность участвовать в производственном процессе разработки коммуникационного продукта	ПК-5.1	Участствует в производственном процессе разработки коммуникационного продукта
	ПК-5.2	Способен организовать производственный процесс разработки коммуникационного продукта
	ПК-5.3	Владеет навыками разработки коммуникационного продукта

#### **IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа, в том числе 36 часов на контроль, из них 36 часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Консультации		
			Лекции	Семинарские (практические) занятия				
1	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR	5	2	2	0	4		

2	Корпоративная пресса: история и современность	5	2	4	0	4	
3	Типология корпоративных СМИ	5	2	4	0	4	
4	Этапы создания корпоративного СМИ	5	2	4	0	6	
5	Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире	5	2	2	0	4	
6	Основные жанры корпоративных СМИ	5	2	4	0	8	
7	Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ	5	2	4	0	8	
8	Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп	5	2	4	0	4	
9	Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания	5	2	4	0	8	
10	Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи	5	0	4	0	4	
<b>Итого за 5 семестр</b>		<b>18</b>		<b>36</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>Экз (36)</b>
<b>Итого часов</b>		<b>18</b>		<b>36</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	

#### 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.)		
5	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p>	В течение семестра	4	КЛ, Гл, УО	<p>Челякин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006. ;</p> <p>Гребельников В.А. Корпоративная пресса и ее место в системе СМИ. Вестник университет Российской Академии образования. 2011.№1. С.26-30.</p>

5	Корпоративная пресса: история и современность	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы</p>	В течение семестра	4	КЛ, Гл, УО	Играев Б.А. Условия и факторы системной трансформации СМИ. Вестник Московского университета, Серия.10. Журналистика. 2009. №5. С. 148-155.
5	Типология корпоративных СМИ	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, составление схем и таблиц</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа</p>	В течение семестра	4	КЛ, Гл, УО, Д, Пр	Петрачук Н.В., Фотиева И.В. Корпоративные СМИ предприятия как система: структура, функции. Медиаисследования. 2017. №4-2. С. 179-184.
5	Этапы создания корпоративного СМИ	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление таблиц для систематизации учебного материала, подготовка доклада</p>	В течение семестра	6	КЛ, Гл, УО, ЛР, Проект	Чемакин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006. ; Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 336 с.
5	Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, подготовка эссе</p>	В течение семестра	4	КЛ, Гл, УО, Д, Пр	Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика. Учебное пособие для студентов/ А.Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Московский гос. универ. им. Ломоносова. – 4-е изд, перераб и доп. – М, 2012. – 551 с. ; Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. Электронный ресурс. П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.— 260 с. ISBN 978-5-394-01184-9

5	Основные жанры корпоративных СМИ	<p><b>Для овладения знаниями:</b> использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы, подготовка эссе</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p>	В течение семестра	8	КЛ, Гл, УО, Эссе, Пр	Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. Учебн. для студентов вузов/В.Ф.Кузнецов; Ин-т гуманитар. образ-я. - М.: Аспект Пресс, 2006.- 301 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 299-300. - ISBN 5-7567-0379-9
5	Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> составление плана и тезисов ответа</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p>	В течение семестра	8	КЛ, Гл, УО, Пр	Ткачева Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских/практических занятий: Учебно-метод. пособие/ Н.Г. Ткачева; Ирк. гос. ун-т, Ин-т соц. Наук. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2007. – 270 с.
5	Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление глоссария, подготовка доклада</p>	В течение семестра	4	Гл, Пр	Чемякин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006.
5	Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление таблиц для систематизации учебного материала, составление глоссария, подготовка эссе</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	В течение семестра	8	КЛ, УО, Пр, ЛР	Чемякин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006.
5	Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, подготовка доклада</p>	В течение семестра	4	КЛ, Гл, УО	Петрачук Н.В., Фотиева И.В. Корпоративные СМИ предприятия как система: структура, функции. Медиаисследования. 2017. №4-2. С. 179-184.
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>54</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>0</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>54</b>		

### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	4
--------------------------------	---

Наименование основных разделов (модулей)	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR Корпоративная пресса: история и современность Типология корпоративных СМИ Этапы создания корпоративного СМИ Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире Основные жанры корпоративных СМИ Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи
Формы текущего контроля	Конспект лекций, глоссарий по предмету, устный опрос, доклад/презентация, практическое задание, лабораторная работа, проект, эссе
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

#### 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	1	Корпоративные СМИ в структуре коммуникационной организации	2	КЛ, Гл, УО	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
2	2	Первые российские корпоративные газеты: история и современность	4	КЛ, Гл, УО, Пр	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
3	3	Основные виды корпоративных СМИ	4	КЛ, Гл, УО, КР, Пр	ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
4	4	Основные этапы создания корпоративного издания: практические аспекты	4	КЛ, Гл, УО, Пр, РЗ, ЛР, Проект	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
5	5	Трансформация корпоративных СМИ	2	КЛ, УО	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3

6	6	Жанровая палитра корпоративных СМИ	4	КР, ЛР	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
7	7	Функционал редактора и журналиста корпоративного издания	4	КЛ, УО, Д	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
8	8	Особенности создания корпоративных СМИ в бизнес сфере	4	КЛ, Гл, УО, Д	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
9	9	Виды рубрик, заголовков	4	КЛ, Д, КР, ЛР	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
10	10	Оценка эффективности корпоративного издания	4	КР, Пр, ЛР	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов**

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR	Оценить условия и факторы системной трансформации СМИ	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
2	Корпоративная пресса: история и современность	Назвать первые российские корпоративные газеты, проанализировать их содержательную составляющую. Провести анализ двух современных корпоративных студенческих изданий вузов России.	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
3	Типология корпоративных СМИ	Описать критерии для типологизации разных видов корпоративных СМИ	ПК-1, ПК-5	ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
4	Этапы создания корпоративного СМИ	Сделать модель корпоративного издания на выбор студента. с рубриками.	ПК-1, ПК-5	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
5	Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире	Оценить тенденции развития корпоративной прессы как инструмента управления персоналом	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3

6	Основные жанры корпоративных СМИ	Овладеть навыками подготовки новости, интервью и репортажа для корпоративного издания	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
7	Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ	Описать особенности работы журналиста корпоративных	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
8	Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп	Анализ корпоративного (печатного или электронного) СМИ промышленного холдинга	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
9	Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания	Сделать модель корпоративного издания на выбор студента. Собрать портфель номера (содержательную часть)	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
10	Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи	Определить критерии оценки эффективности корпоративного СМИ, анализ методов продвижения корпоративного СМИ.	ПК-5	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3

#### **4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление полученных на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;

— развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;

— развитие навыков самоорганизации;

— формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

— выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждае-

мую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочесть работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например,

об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титольный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса

на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

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

#### **а) основная литература**

1. 1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2012. - 336 с.

2. 2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика. Учебное пособие для студентов/ А.Н. Чумиков, М. П. Бочаров; Московский гос. универ. им. Ломоносова. – 4-е изд, перераб и доп. – М, 2012. – 551 с.

3. 3. Чемякин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург, 2006.

#### **б) дополнительная литература**

1. 1. Каплунов Д. Копирайтинг массового поражения. Электронный ресурс. — СПб.: Питер, (Серия «Маркетинг для профессионалов»), 2011. — 256 с. ISBN978-5-459-00680-3

2. 2. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. Электронный ресурс. П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2012.— 260 с. ISBN 978-5-394-01184-9

3. 3. Синчурина М.Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах: учебн. пособие/М.Г. Синчурина, Е.А. Терпугова, Московский гос. ин-т международ. отношений (ун-т), Иркутский государственный университет. М.: Изд-во МГИМО (Университет) МИД России, 2007. – 383 с..

4. 4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. Учебн. для студентов вузов/В.Ф.Кузнецов; Ин-т гуманитар. образ-я. - М.: Аспект Пресс, 2006.- 301 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 299-300. - ISBN 5-7567-0379-9

5. 5. Ткачева Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских/практических занятий: Учебно-метод. пособие/ Н.Г. Ткачева; Ирк. гос. ун-т, Ин-т соц. Наук. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2007. – 270 с.

6. 6. Гребельников В.А. Корпоративная пресса и ее место в системе СМИ. Вестник университет Российской Академии образования. 2011.№1. С.26-30.

7. 7. Петрачук Н.В., Фотиева И.В. Корпоративные СМИ предприятия как система: структура, функции. Медиаисследования. 2017. №4-2. С. 179-184. 8. Закриева З.М. Корпоративная газета как инструмент управления персоналом. Экономика. Бизнес. Информатика. 2017. Т.3 №3. С. 222-228. 9. Играев Б.А. Условия и факторы системной трансформации СМИ. Вестник Московского университета, Серия.10. Журналистика. 2009. №5. С. 148-155. 10. Вологина О.В. Корпоративные СМИ в структуре коммуникаций организаций. Форум молодых ученых. 2019. №1-1 (29). С.767-769.

## **в) периодическая литература**

1. Журнал "Директор по персоналу"

## **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № 6К-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

### 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программног о продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя
2	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html">https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html</a>	Условия правообладателя	Условия правообладателя

### 6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению

Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
--------------------------------------	---

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Этапы создания корпоративного СМИ	Практическое занятие	Проектная форма обучения. Работа в мини-группах	6
2				
3				
4				
5				
6				

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**8.1. Оценочные средства текущего контроля**

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Конспект лекций	Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR Корпоративная пресса: история и современность Типология корпоративных СМИ Этапы создания корпоративного СМИ Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2

2	Глоссарий по предмету	<p>Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR</p> <p>Корпоративная пресса: история и современность</p> <p>Типология корпоративных СМИ</p> <p>Этапы создания корпоративного СМИ</p> <p>Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп</p>	<p>ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2</p>
3	Устный опрос	<p>Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR</p> <p>Корпоративная пресса: история и современность</p> <p>Типология корпоративных СМИ</p> <p>Этапы создания корпоративного СМИ</p> <p>Тенденции развития корпоративной прессы в современном мире</p> <p>Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ</p> <p>Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп</p>	<p>ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2</p>
4	Практическое задание	<p>Корпоративная пресса: история и современность</p> <p>Типология корпоративных СМИ</p> <p>Этапы создания корпоративного СМИ</p> <p>Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи</p>	<p>ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3, ПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2</p>
5	Контрольная работа	<p>Типология корпоративных СМИ</p> <p>Основные жанры корпоративных СМИ</p> <p>Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания</p> <p>Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи</p>	<p>ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3</p>
6	Решений задач	<p>Этапы создания корпоративного СМИ</p>	<p>ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3</p>

7	Лабораторная работа	Этапы создания корпоративного СМИ Основные жанры корпоративных СМИ Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания Методы продвижения корпоративного СМИ, изучения аудитории и организации обратной связи	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
8	Проект	Этапы создания корпоративного СМИ	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3
9	Доклад/презентация	Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных СМИ Корпоративные СМИ в системе коммуникаций финансово-промышленных групп Содержательная модель корпоративного издания. Система рубрик. Заголовки. Дизайн корпоративного издания	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3

**Примеры оценочных средств для текущего контроля**  
не предусмотрен

## **8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

### **Перечень примеров оценочных средств.**

#### **Вопросы:**

Темы докладов:

- «Bespoke publishing» («издания на заказ»). Преимущества и недостатки аутсорсинга
- «Бортовые журналы» как вид корпоративных СМИ
- Вузовские СМИ: цели, функции, специфика аудитории
- Издания B2B: особенности и тенденции развития
- Интранет-портал как элемент системы внутрифирменных коммуникаций
- Корпоративное радио (телевидение): особенности информационной политики
- Корпоративное СМИ как коллективный организатор
- Корпоративное издание как средство политического PR
- Корпоративные Интернет-сайты: современные тенденции развития
- Корпоративные СМИ в системе средств формирования корпоративной культуры
- Корпоративные СМИ как инструмент антикризисного управления
- Критика недостатков и обсуждение острых проблем в корпоративных СМИ
- Некоммерческие корпоративные СМИ: сущность, особенности, функциональная

специфика

- Особенности дизайна современного корпоративного издания
- Особенности редакционной политики корпоративных СМИ градообразующих предприятий
- Привлечение коммерческой рекламы корпоративными СМИ: проблемы и перспективы
- Отраслевые корпоративные и «межкорпоративные» издания как переходная ступень между корпоративными и «обычными» СМИ
- Сколько журналистики в корпоративных СМИ?
- Содержательная модель корпоративного издания
- Создание концепции корпоративного издания (на конкретном примере)
- Специфика клиентских изданий
- Специфика корпоративных СМИ учреждений культуры
- Специфика работы журналиста в редакции корпоративного издания

**Устное собеседование, образцы вопросов для обсуждения тем.**

**Устные собеседования к теме 2:**

- Дайте определение понятий: корпоративное издание, бизнес коммуникация.
- Специфика журналистики как особого вида творческой деятельности
- Работы журналиста в корпоративном издании.
- Методы и приемы формирования имиджа организации.
- Возьмите любое внутрикорпоративное печатное СМИ, **B2C (для клиентов), B2B** либо отраслевое корпоративное издание. Определите его тип по разным известным вам основаниям типологизации. Представьте себя в роли эксперта, к которому обратился учредитель данного издания с просьбой оценить издание (по десятибалльной шкале), выявить как сильные стороны издания, так и его недостатки и предложить рекомендации по исправлению недостатков.
- Создайте модель корпоративного издания для какой-то реально существующей организации или какого-то учреждения. В частности:
  - 
  - Охарактеризуйте структуру рынка корпоративных изданий.
  - Назовите основные этапы становления корпоративной прессы.
  - Каковы тенденции развития корпоративной прессы в России?
  - Каковы основные проблемы развития российской корпоративной прессы и пути их решения?
  - Назовите виды и типы корпоративных изданий.
  - Способы определения эффективности корпоративного издания.
  - Перечислите функции корпоративных СМИ.
  - Роль корпоративной прессы в управлении организацией.
  - Социальная функция корпоративной прессы как определяющая при выборе политики издания.
  - Основные коммуникативные стратегии современного российского бизнеса.
  - Коммуникативная функция корпоративного издания и его роль в коммуникативной

политике фирмы.

- Коммуникативные стратегии корпоративной прессы.
- Имиджевая функция корпоративного издания и ее роль в реализации корпоративной политике фирмы.
- Корпоративная политика, корпоративная философия, корпоративная культура.
- Роль корпоративного издания в формировании репутации фирмы.
- Специфика работы профессионалов в корпоративном издании.
- Стратегия создания корпоративного издания.
- Модель корпоративного издания.
- Структура редакционного коллектива.
- Организационные и финансовые схемы функционирования корпоративной прессы.

### **Примеры заданий:**

Практические задания:

1. Составить портфель номера для студенческой газеты (5 тем)
2. Найти в СМИ примеры 10 заголовков с использованием художественно-выразительных средств (указать СМИ и дату выхода материала)
3. Написать интервью-портрет (герой интервью на выбор студента) Объем минимум 2 страницы формата А4. Дать заголовок и написать лид к интервью.

### **Разработчики:**



(подпись)

доцент

(занимаемая должность)

О.С. Шилова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

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