Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 06.09.2023 16:35:18
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института
издательского дела и журналистики
_____Е.Л. Хохлогорская

«30» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики»

Направление подготовки

42.03.02. «Журналистика»

Профиль подготовки

«Деловые СМИ»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Москва — 2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, и студентов направления подготовки 42.03.02. «Журналистика», изучающих дисциплину «Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики».

Цель изучения дисциплины «Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики» - формирование целостной системы теоретических знаний об организации системы продвижения и приобретение практических навыков продвижения медиапроектов экономической тематики

К основным **задачам** освоения дисциплины «Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики» следует отнести:

- понимание коммуникативного пространства;
- организационный менеджмент продвижения медиапроектов экономической тематики;
- маркетинговые технологии и инструменты продвижения медиапроекттов экономической тематики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики» относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП:

- Экономика,
- Планирование работы редакции мультимедийного средства массовой информации,
- Продвижение печатных и электронных СМИ;
- Актуальные проблемы современности и журналистика;
- Рынок деловых СМИ России.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	**Результаты освоения ОП** ***Содержание компетенций****	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-1	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	***Знать:*** - стадии реализации медиапроектов экономической тематики; - специфику маркетинговой коммуникации, при продвижении медиапроектов экономической тематики; - основные классификации рекламных и

		PR-сообщений, их достоинства и недостатки в зависимости от средств (каналов) продвижения; ***Уметь:*** - классифицировать рекламу и PR, отличать их друг от друга; - работать с рекламными и PR-материалами в различных каналах продвижения медиапроектов экономической тематики; ***Владеть:*** - методами создания и анализа рекламных и PR-текстов, в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижением медиапродукта.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма обучения	Курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового-го контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	4	8	108/3	54	10	26	-	72		Зачет
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6	7	8	-
Аудиторные занятия (всего)	36			36	
В том числе:	-	-	-	-	
Лекции	10			10	
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	26			26	
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	72			72	
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					

Расчетно-графические работы					
Реферат					
Подготовка к практическим занятиям (семинарам)	72			72	
Вид промежуточной аттестации (зачет)					
Общая трудоемкость 108/3	108 / 3			108/3	

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Введение. Теория и практика редакционного менеджмента

Исторический аспект. Реалии. Перспективы. Цели и задачи курса.

Раздел 2. Инструментарий медиаменеджера

Оценка текущей редакционной ситуации. GAP -анализ. SWOT- анализ. Особенности эффективной постановки задач.

Раздел 3. Создание команды. Подбор персонала

Формулировка вакансии. Оценка резюме. Создание должностных инструкций. Профессиональные и личностные качества журналиста и их соответствие выполняемым функциональным обязанностям. Основы эффективной работы и оптимального социально-психологического климата.

Раздел 4. Роли в команде

Система оценки потенциальных исполнителей ролей в команде. D.I.S.C. Метод Белбина. Соответствие ролей традиционным должностям в редакционном коллективе. Вертикальная и горизонтальная структура редакции. Особоенности мультимпедийных СМИ. Индивидуально-коллективный характер журналистского труда и редакционной деятельности. Творческая и техническая части редакции. Сочетание принципа единоличия редактора с коллегиальной творческой деятельностью коллектива журналистов.

Раздел 5. Мотивация персонала

Материальные способы мотивации. Нематериальные способы мотивации. Повышение квалификации как способ повышения лояльности.

Раздел 6. Редакционная политика мультимедийного СМИ экономической тематики

Основы редакционной политики. Слабые и сильные стороны сводов правил деятельности редакторов. Целевая аудитория. Зависимость редакционной политики от: а) общеполитического вектора; б) интересов владельца; в) запросов информационного потребителя. Иерархия этих факторов при создании концепции СМИ.

Раздел 7. Управление переменами

Обоснование необходимости перемен. Эффективные способы поиска управленческих решений в условиях смены редакционной политики или организационной структуры.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины «Разработка и провижение медиапроектов экономической тематики» и реализация комплексного подхода в изложении и восприятии

материала предусматривает лекции, лекции-обсуждения, проблемные лекции, подготовку докладов, подготовку творческих индивидуальных и групповых проектов, ведения дневника мониторинга новостей, помощь в подборе источников для эффективной работы в проектных группах. Семинарские занятия в виде докладов, обсуждений, разбора подготовленных дома домашних заданий (по результатам анализа архива радиопрограмм и актуальных программ в эфире радио).

Предусмотрены мастер-классы экспертов и специалистов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости: контрольные работы, разработка творческих проектов. Оценочные средства текущего и промежуточного контроля успеваемости включают тематику контрольных работ, задания для разработки творческих проектов, контрольные вопросы.

Форма промежуточной аттестации: зачет в форме тестирования и устного собеседования.

Примерная тематика контрольных работ, рефератов, эссе, образцы контрольных вопросов для проведения промежуточного контроля представлены в приложении 1.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ПК-1	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики

В процессе освоения образовательной программы данных компетенций, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин, практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенции на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

ПК-1 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**

Знать: - стадии реализации медиапроектов экономической тематики; - специфику маркетинговой коммуникации, при продвижении медиапроектов экономической тематики; - основные классификации рекламных и PR-сообщений, их достоинства и недостатки в зависимости от средств (каналов) продвижения;	Обучающийся не знает или в недостаточной степени знает стадии реализации медиапроектов , а также не имеет представления об основах тайм-менеджмента. .	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний о стадиях реализации медиапроектов , при этом имеет некоторое представление об основах тайм-менеджмента	Обучающийся демонстрирует соответствие полученных знаний по стадяим реализации медиапроектов , и при этом имеет достаточное представления об основах тайм-менеджмента Знания получены, но допускаются незначительные затруднения при ответах.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний о стадиях реализации медиапроектов , при этом хорошее представления об основах тайм-менеджмента. . Свободно оперирует приобретенными знаниями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Знать: - стадии реализации медиапроектов экономической тематики; - специфику маркетинговой коммуникации, при продвижении медиапроектов экономической тематики; - основные классификации рекламных и PR-сообщений, их достоинства и недостатки в зависимости от средств (каналов) продвижения; ***Уметь:*** - классифицировать рекламу и PR, отличать их друг от друга; - работать с	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш . Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

рекламными и PR-материалами в различных каналах продвижения медиапроектов экономической тематики;				
Владеть: - методами создания и анализа рекламных и PR-текстов, в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижением медиапродукта.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет - методиками самоорганизации и т.п.	Обучающийся в неполном объеме владеет – методиками самоорганизации и т.п.	Обучающийся частично владеет - методиками самоорганизации. .	Обучающийся в полном объеме владеет - методиками самоорганизации.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется отметка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине.

Шкала оценивания	**Описание**
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, умениям приведенных в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, приведены в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

Особенности учета и экономического анализа деятельности издательств и редакций СМИ, практикум для студентов бакалавриата, - М.,Московский Политех,2018;121 с.

Система СМИ : практикум / авт.-сост. Е.В. Струкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь : СКФУ, 2015. – 98 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458304

Дополнительная литература

Экономика и менеджмент СМИ: методические указания по изучению дисциплины для студентов. - М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. - 23 с.

Программное обеспечение

не требуется

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

поисковые системы Rambler, Google, Yandex, используется библиотека газетных публикаций (традиционная или электронная)

Документы

Федеральные Законы:

"О средствах массовой информации",
"Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления",
"Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации",
"О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами",
"О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации",
"О рекламе",
"О чрезвычайном положении",
"О военном положении",
"О противодействии терроризму",
"О противодействии экстремистской деятельности",
"Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации",
"О референдуме Российской Федерации",
"О выборах Президента Российской Федерации",
"О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации".
Кодекс профессиональной этики Союза профессиональных журналистов (США),
Кодекс профессиональной этики журналиста (Россия).

Электронные образовательные ресурсы

В разработке

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Факультет журналистики МГУ: http://www.journ.msu.ru/
Национальный институт прессы: http://www.pdi.ru
Союз журналистов России: http://www.ruj.ru/
Официальный сайт Андрея Константинова – руководителя АЖУР – агентства журналистских расследований: http://www.akon-stantinov.spb.ru/bio.html
Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»: http://ecsocman.edu.ru/

«Медиаскоп» – портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования: http://www.mediascope.ru/
МедиаАтлас (современный срез российской системы СМИ, новости медиаиндустрии): http://media-atlas.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория для лекционных занятий № 4907 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы, стулья, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Аудитории для лекционных и семинарских занятий №№ 4902, 4903 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы и стулья, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку навыков самостоятельной работы по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Лекционный курс строится не на абстрактно-теоретической базе научных представлений, а на их тесной взаимосвязи теоретических обобщений с современным опытом радиовещания в СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ, отрабатывается подача аудиматериала будущими журналистами. Студенты учатся владеть своим голосом, расставлять интонационные ударения. Выполняются практические задания и контрольные работы по теоретической части.

Темы семинаров построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов. Рекомендуется на семинарах прослушивать доклады проблемного характера. Желательно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, докладчик должен рассказывать, а не читать свой материал. Текст рекомендуется сдавать преподавателю, для того чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости. По каждому докладу преподаватель должен сделать выводы, которые обобщат материал доклада с одной стороны и помогут закреплению знаний с другой.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

При выборе темы контрольной работы необходимо ознакомиться со списком контрольных работ и согласовать тему контрольной работы с ведущим преподавателем.

Рекомендуется также проводить регулярно запланированные мини-контрольные, проверять самостоятельную работу студентов. Помогать студентам в отборе литературы. Тесты также способствуют закреплению материала.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

В качестве средств промежуточного контроля могут быть использованы коллоквиумы. Проводится тестирование.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.02. «Журналистика», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 8 июня 2017 г., № 524.

Программу составила:



Ст. преп. Н.Ю. Прыгина

Программа утверждена на заседании кафедры журналистики и массовых коммуникаций имени М.Ф. Ненашева

«27» июня 2022 г., протокол № 11.



Зав. кафедрой, к.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА

ОП (профиль): «Деловая журналистика»

Форма обучения: очная

Профессиональные задачи следующих типов (В соответствии с ФГОС ВО)

- авторский;
- редакторский;
- проектный.

Кафедра: ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ имени М.Ф. НЕНАШЕВА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики»

Состав:

1. Показатели уровня сформированности компетенции
2. Перечень оценочных средств по дисциплине
3. Вопросы к зачету
4. Тематика докладов, сообщений
5. Тематика контрольных работ
6. Проект

Составитель: Н.Ю. Прыгина, ст. преподаватель.

Москва, 2022 год

1. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общепрофессиональные компетенции:

ПК-1 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
Знать: - стадии реализации медиапроектов экономической тематики; - специфику маркетинговой коммуникации, при продвижении медиапроектов экономической тематики; - основные классификации рекламных и PR-сообщений, их достоинства и недостатки в зависимости от средств (каналов) продвижения; ***Уметь:*** - классифицировать рекламу и PR, отличать их друг от друга; - работать с рекламными и PR-материалами в различных каналах продвижения медиапроектов экономической тематики; ***Владеть:*** - методами создания и анализа рекламных и PR-текстов, в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижением медиапродукта.	лекция, самостоя-тельная работа, семинар-ские занятия	Доклады, сообщения, дискуссии.	Базовый уровень: Знания получены, но допускаются незначительные затруднения при ответах. Умеет анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш Обучающийся частично владеет - методиками самоорганизации. Повышенный уровень: Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Обучающийся в полном объеме владеет - методиками самоорганизации.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно- практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
2	Контрольная	Средство проверки умений применять	Комплект

	работа (К/Р)	полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	контрольных заданий по вариантам
3	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
4	Проект	Формат оценки работы для получения конечного продукта в результате планирования и выполнения комплекса учебно-практических и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Краткая характеристика проекта

ПК-1 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики					
Перечень компонентов	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**ЗАЧЕТ**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: - стадии реализации медиапроектов экономической тематики; - специфику маркетинговой коммуникации, при продвижении медиапроектов экономической тематики;	1-7 разделы	Обучающийся не знает или в недостаточной степени знает стадии реализации медиапроектов , а также не имеет представления об основах тайм-менеджмента Обучающийся не умеет или в	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний о стадиях реализации медиапроектов , при этом имеет некоторое представление об основах тайм-менеджмента Обучающийся демонстрирует	Обучающийся демонстрирует соответствие полученных знаний по стадиям реализации медиапроектов , и при этом имеет достаточное представления об основах тайм-менеджмента Знания получены, но допускаются	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний о стадиях реализации медиапроектов , при этом хорошее представления об основах тайм-менеджмента. Свободно оперирует приобретенными знаниями, применяет их в ситуациях

- основные классификации рекламных и PR-сообщений, их достоинства и недостатки в зависимости от средств (каналов) продвижения; ***Уметь:*** - классифицировать рекламу и PR, отличать их друг от друга; - работать с рекламными и PR-материалами в различных каналах продвижения медиапроектов экономической тематики; ***Владеть:*** - методами создания и анализа рекламных и PR-текстов, в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижением медиапродукта.		недостаточной степени умеет правильно анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет - методиками самоорганизации и т.п.	неполное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации. Обучающийся в неполном объеме владеет – методиками самоорганизации и т.п.	незначительные затруднения при ответах. Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации. Обучающийся частично владеет - методиками самоорганизации	повышенной сложности. Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Обучающийся в полном объеме владеет - методиками самоорганизации.

3. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

<u>Вопросы для проверки уровня обученности (ЗНАТЬ)</u>:

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»
3. Назовите основные тенденции и процессы, происходящие в СМИ под влиянием рыночных отношений.
4. Какие объективные условия способствуют относительно благоприятной тенденции в развитии печатной периодики?
5. Рост и падение тиражей какого типа изданий наблюдается в последние годы?
6. В чем состоят проблемы распространения деловых периодических изданий?
7. Как изменяется рынок рекламы деловых печатных СМИ?
8. Назовите общее и различное в электронных и печатных деловых СМИ?

9. На кого и почему ориентируется деловое печатное издание сегодня: на издателя или читателя? Каковы последствия такой ориентации?
10. Каковы, на Ваш взгляд, особенности отношений власти и СМИ в современной России? Что при этом приобретает и что теряет читатель?
11. Кто способен разрешить проблему "кризиса чтения", почему и каким образом?
12. Является ли саморегулирование СМИ реальным способом изменения отношений между журналистикой и обществом?

Вопросы для проверки уровня обученности (УМЕТЬ):

1. Анализ секторов рынка деловых СМИ. Деловые СМИ пассивного и активного потребления
2. Анализ старых и новых деловых СМИ. Конвергенция и мультимедиа
3. Анализ деловых ежедневных газетных изданий
4. Анализ деловых еженедельников
5. Анализ деловой журнальной прессы России
6. Анализ рекламно-информационной прессы
7. Особенности журнальной глянцевой индустрии
8. Анализ отраслевых журнальных изданий
9. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ
10. Особенности индустрии деловых онлайновых СМИ
11. Структура рекламного рынка.
12. Коммуникация с аудиторией

Вопросы для проверки уровня обученности (ВЛАДЕТЬ):

Творческое задание.
Примеры творческих заданий:

ЗАДАНИЕ 1. Создайте и представьте идею журнального издания экономической тематики, которое сегодня имело бы шанс на успех в России:

ЗАДАНИЕ 2. Создайте и представьте идею газетного издания экономической тематики, которое сегодня имело бы шанс на успех в России.

ЗАДАНИЕ 3. Создайте и представьте концепцию продвижения медиапроекта экономической тематики среди целевой аудитории.

4. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ

1. Обзор столичного рынка ежедневных СМИ экономической тематики
2. Обзор регионального рынка экономических СМИ
3. Обзор российского рынка журнальной периодики экономической тематики
4. Обзор столичного ранка аудиовизуальных СМИ экономической тематики
5. Обзор рынка отраслевой прессы

5. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Примерные темы для контрольной работы № 1:

Что такое типоформирующие признаки деловых изданий?
Дайте характеристику целевой аудитории деловых СМИ

Примерные темы для контрольной работы № 2:

Принципы обратной связи с аудиторией деловых СМИ
Принципы перехода деловых изданий из печатной версии в цифровой формат

Примерные темы для контрольной работы № 3:

Проблема выбора тематики делового издания – что сегодня в цене?
Как деловую газету сделать современной и читаемой?

6. ПРОЕКТ

Проработка концепции мультимедийного СМИ экономической тематики и создание редакции с распределением ролей между коллегами. Последовательное создание все моделей от тематической и стилистической, до организационной и экономической.