Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 06.09.2023 16:55:18
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
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

«Типология деловых СМИ»

Направление подготовки
42.03.02. «Журналистика»

Профиль подготовки
«Деловая журналистика»

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.

Рабочая программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, и студентов направления подготовки 42.03.02. «Журналистика», изучающих дисциплину «Типология деловых СМИ».

Цель изучения дисциплины «Типология деловых СМИ» - познакомить студентов с концепцией, системой основных понятий, принципами и видами деловой и бизнес-журналистики, научить эффективной работе в этих изданиях с точки зрения использования современных мультимедийных технологий масс-медиа.

К основным **задачам** освоения дисциплины относятся:

- Показать историческое развитие деловой и бизнес-журналистики в России и в мире и деятельность выдающихся деловых журналистов;
- Рассмотреть современное состояние теории и практики деловой и бизнес-журналистики в России;
- Проанализировать причины бурного роста деловой и бизнес-журналистики в современном мире, и усиления ее роли в становлении гражданского общества современной России;
- Определить основную проблематику выступлений деловых и бизнес-публицистов в различные периоды; анализ позитивного и негативного опыта российской публицистики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Типология деловых СМИ» относится к числу обязательных дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы бакалавриата.

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

- Система СМИ.
- Основы журналистской деятельности.
- Государственная экономическая политика и ее освещение в СМИ.
- Корпоративные СМИ.
- Рынок деловых СМИ России.
- Профессионально-творческая практика.

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-2	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или)	**Знать:** - знать типологию жанров деловых медиа, способы обработки и редактирования материалов в процессе

	продукта для деловых, корпоративных и бизнес-СМИ.	подготовки публикаций деловой направленности - типологию жанров деловых медиа, - способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций деловой направленности; **Уметь:** - создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах. - использовать знания в области экономики и права в процессе подготовки журналистских материалов для деловых СМИ; - системно анализировать явления, факты, события и тенденции в деловой и экономической жизни социума; - использовать навыки подготовки журналистских материалов деловой направленности; **Владеть:** способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от места и роли деловых медиа в системе СМИ, - специфическими методиками и инструментами сбора, обработки и анализа информации делового и экономического характера; - навыками налаживания деловых контактов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, т.е. 144 академических часа.

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Курсовая работа	Форма итогово-го контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)		
Очная	**3**	**6**	**144/4**	**72**	**36**	**36**	**-**	**36**	**36**	**-**	**Экзамен**
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего)	72		72		
В том числе:					
Лекции	36		36		-
Практические занятия (ПЗ)	-				-
Семинары (С)	36		36		-
Лабораторные работы (ЛР)	-				-
Самостоятельная работа (всего)	36		36		
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-				-
Расчетно-графические работы	-				-
Реферат	-				-
Эссе	-				-
Контрольная работа	18		18		-
Другие виды самостоятельной работы	18		18		-
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36		36		-
Общая трудоемкость час./ зач. ед	144/4		144/4		-

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Общие подходы к типологии деловых СМИ

Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ. Миссия деловых СМИ. Особенности экономической и деловой прессы как отдельного типа масс-медиа. Принципы разделения экономической и деловой журналистики. Определение соответствующих предметов и объектов для этих типов журналистики. Роль и место деловой журналистики в

системе современных СМИ: анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь; обеспечение аудитории оперативной информацией; анализ экономических проблем; распространение делового опыта; расширение делового кругозора; формирование идеологии предпринимательства и рыночного мышления. Виды деловых медиа, типология носителей деловых медиа.

Тема 2. Типовая структура редакции экономического и делового медиа: тематические отделы, группы, подразделения

Организационная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников экономических и деловых медиа. Принципы управления деловыми медиа. Типы и модели формирования структуры редакций: организационный аспект. Типовая структура редакции делового СМИ: тематические отделы, группы, подразделения. Организационная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников. Функции генерального директора, главного редактора, заместителей главного редактора (распределение зон компетенции), ответственного секретаря (отдел выпуска), коммерческого директора. Функции руководителей низшего звена: заведующих отделами и секторами (редакторов отделов), выпускающих редакторов, системного администратора, корректора и литературного редактора. Функции творческих работников: журналистов, корреспондентов, обозревателей, специальных корреспондентов, фотокорреспондентов, художников, дизайнеров.

Тема 3. Структура контента деловых медиа

Типовой рубрикатор делового издания, принципы его модификации. Требования к стилю и контенту деловых медиа. Типовой рубрикатор делового издания: новостной блок, главные темы, экономика, финансы, бизнес, политика, наука и технологии, общество и культура, специальные проекты, индикаторы, колонки. Принципы модификации рубрикаторов. "Жесткость" макета. Требования к стилю (формату) и контенту делового медиа. Неангажированность, работа на целевую аудиторию.

Сферы журналистского интереса деловых медиа. Систематизация сфер экономики и деловой среды, представляющих интерес для делового медиапроекта. Соответствие рубрикатора, структуры отделов редакции тематике и формату издания. Степень компетенции журналиста, работающего в деловой сфере. Знание персон и ключевых должностей, которые они занимают в той среде. где работает журналист, как необходимое условие его эффективной деятельности.

Источники информации для деловых медиа. Институт экспертов. Систематизация источников информации в деловом медиа, специфика и методы работы с ними. Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры. Информационные агентства и пресс-службы. Предприятия и учреждения, учреждения науки. Персоналии: эксперты, консультанты, коллеги. Визуальное наблюдение. Источники, ресурсы и носители информации. Специфика и способы использования различных носителей информации. Беседа, интервью, случайный разговор. Работа в архивах и библиотеках. Интернет-ресурсы как источник информации для журналиста.

Тема 4. Качественные деловые СМИ

Качественная пресса в своей профессиональной деятельности опирается на доктрину социально ответственной журналистики. В силу понимания своей ответственности она исповедует принципы достоверности, объективности или непредвзятости, независимости суждений и представительности мнений. Эта пресса исходит из того, что принцип свободы печати и информации не может быть абсолютизирован без ущерба для общества. Следовательно, в профессиональной деятельности журналистов необходимы

самоограничения этой свободы, которые на практике формализуются в виде профессиональных этических кодексов и профессиональных стандартов. Бульварная пресса не столь щепетильна в вопросах профессиональной этики и готова жертвовать достоверностью и объективностью в угоду сугубо финансовым соображениям.
Рост значения качественной прессы и сокращения влияния прессы бульварной привели к возникновению промежуточных типов изданий – качественно-массовой и массовой прессы. Деловая пресса по определению является качественной прессой. Теряя характер качественного источника информации, она перестает выполнять свою коммуникативную функцию, заданную аудиторией, перестает быть деловой, и переходит в другой тип прессы. Информационные предпочтения и состав аудитории, или, по западной терминологии, профиль читателя, определяют специфику прессы. По этому признаку пресса также может быть структурирована - на уровне родов. Деловая пресса - это род прессы.
Социальная функция рода прессы лежит в основе тематики СМИ. Однако тематика, даже самая широкая, имеет свои пределы, границы. То есть мы можем говорить об объеме тематики.

Тема 5. Виды деловых СМИ
По объему тематики можно выделить пять видов прессы: универсальную, специализированную, узкоспециализированную , профессиональную и «точечную».
Деловая пресса представлена во всех видах СМИ. Например, газета «Файнэншл таймс» - качественная деловая универсальная газета. Наряду с общеэкономической информацией и биржевыми сводками она пишет также о политике, о социальных проблемах, публикует едва ли не лучшие в Европе обозрения по культуре и так далее. Но основой ее содержания остается деловая информация. Более того, даже такую сферу деятельности человека как культура, газета зачастую стремится рассматривать сквозь призму финансов. В практике российской прессы пока нет полноценного аналога для универсальной деловой газеты. Но очень близко к такому виду издания стоят «Ведомости». К нему стремились «Коммерсант» и «Финансовые известия». Однако с 1996 г. «Коммерсант» эволюционирует в сторону универсального общеполитического издания, а «Финансовые известия» прекратили свое существование как самостоятельное издание и стали разделом «Известий». По титулу к универсальным деловым изданиям следовало бы отнести еженедельник «Экономика и жизнь». Однако по существующему содержанию газета скорее представляет собой вид специализированного делового издания, подобно таким изданиям как «Финансовая газета» или «Финансовая Россия». Этот крен возникает, прежде всего, за счет публикации нормативных документов и различных комментариев по применению тех или иных норм законов и подзаконных актов.

Тема 6. Универсальные деловые СМИ
В качестве деловых универсальных изданий позиционируют себя на рынке такие журналы как «Эксперт», «Профиль», «Компания» и даже журнал «Итоги», хотя последний, являясь безусловно универсальным изданием, вряд ли может быть отнесен к роду деловой прессы. Это скорее универсальное общеполитическое издание.

Тема 7. Специализированные и узкоспециализированные деловые СМИ
К числу специализированных деловых изданий в российской прессе можно отнести «Финансовую газету», «Финансовую Россию», «Торговую газету», «Торгово-промышленные ведомости», «Медицинская газета» и т.п.
Узкоспециализированные деловые издания широко представлены прежде всего ежемесячными журналами «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет», «Московский банковский вестник» и т.п.

Тема .8 Профессиональные деловые СМИ

Профессиональные издания, как правило, свою профессиональную принадлежность выносят в титул. Например, журналы «Журналист», «Финансист», «Банкир» и другие. На первый взгляд, такого рода издания можно рассматривать как подвид специализированного делового издания. Однако по объему тематики профессиональные издания универсальны - они, как правило, охватывают не только все стороны самой профессии, но и все стороны жизни в профессии. Это обстоятельство и заставляет выделить профессиональные издания в самостоятельный вид прессы.
Наконец, есть издания, тематика которых предельно сжата. Здесь пресса достигает крайней степени сегментации рынка. В западной терминологии такое издание называется «ньюслеттер». Наиболее приближенный к нему аналог в российской практике - бюллетень. В качестве рабочего термина для классификации таких изданий можно принять определение «точечные издания». К их числу можно отнести, например, реферативный аналитический журнал «Банки: мировой опыт». «Точечные» издания молено рассматривать как подвид узкоспециализированной прессы.

Тема 9. Корпоративные издания как составная часть деловых СМИ
Отраслевая пресса как подвид специализированной деловой прессы
Развитие корпоративных изданий и рост потребности в новой коммуникации. Корпоративные СМИ как форма бизнес – коммуникации.
Рост объемов информации в мире. Потребность в сегментации и специализации информации. Возникновению медиа, нацеленных на конкретные аудитории форм коммуникации.
Потребность бизнеса в мобилизации и консолидации как одна из причин появления корпоративных медиа. Мобилизация и консолидация персонала как одна из функций корпоративной прессы.
Корпоративный бюллетень (в терминологии, принятой за рубежом, -newsletter или home journal) – важный инструмент управления корпорацией. Инструмент внутрикорпоративного дискурса, трибуна для внутренних дискуссий по основным аспектам корпоративной политики, проводником и аккумулятором новых идей в сфере управления, новых технологий и мирового опыта.
Четыре вида периодических корпоративных изданий – по их функциональным признакам:
внутрикорпоративные издания
издания для внешней аудитории
смешанные издания (внутрикорпоративные издания внутри издания для внешней аудитории или наоборот) бывшие заводские многотиражки
Подвиды внутрикорпоративных изданий: для всего персонала, для линейных менеджеров, для топ - менеджеров
Подвиды изданий для внешней аудитории: отраслевые» корпоративные издания, клиентские издания, просветительские издания, отчеты
Разновидности клиентских изданий: бортовые журналы, журналы стиля потребления (стиля жизни), рекламные издания
Разновидности рекламных изданий: «описательные» или содержательные рекламные издания; каталоги товаров
Два подвида в сегменте бывших многотиражек: заводские издания, заводские издания для города (типичны для градообразующих предприятий).
Разновидности отчетов (по их содержанию или тематической направленности): финансовые отчеты, социальные отчеты.
Годовые отчеты, включающие в себя весь спектр деятельности компании. Специализированные инновационные и технологические отчеты.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины «Типология деловых СМИ» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции, лекции-обсуждения, проблемные лекции, подготовку докладов, контактные консультации в виде индивидуального разбора представленных докладов, помощь в подборе литературы для выступления. Семинарские занятия в виде докладов, обсуждений, разбора подготовленных дома домашних заданий (по текстам СМИ).

Предусмотрены встречи с представителями государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов

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

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости: контрольные работы, рефераты и эссе. Оценочные средства текущего и промежуточного контроля успеваемости включают тематику контрольных работ, рефератов, эссе, контрольные вопросы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен в форме 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 показан в Приложении 1

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-2	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта.

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, 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-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта.	
Показатель	**Критерии оценивания**

	2	3	4	5
Знать: - знать типологию жанров деловых медиа, способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций деловой направленности - типологию жанров деловых медиа, - способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций деловой направленности;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний в области сбора информации, представления её как системы и последующей работы с ней	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: в области теории и практики деловой журналистики. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний в понимании сущности задач деловой журналистики, допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний в области теории и практики деловой журналистики, свободно оперирует приобретенными знаниями
Уметь: - создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах. - использовать знания в области экономики и права в процессе подготовки журналистских материалов для деловых СМИ; - системно анализировать явления, факты,	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное понимание особенностей и задач деловой журналистики	Обучающийся демонстрирует неполное умение ориентироваться и работать в направлении деловой журналистики	Обучающийся демонстрирует частичное умение работать в направлении деловой журналистике допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения в анализе конкретных ситуаций	Обучающийся демонстрирует полное понимание задач делового журналист, умение на основе собранного материала создавать тексты для деловых СМИ различной направленности

события и тенденции в деловой и экономической жизни социума; - использовать навыки подготовки журналистских материалов деловой направленности;				
Владеть: способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от места и роли деловых медиа в системе СМИ, - специфическими методиками и инструментами сбора, обработки и анализа информации делового и экономического характера; - навыками налаживания деловых контактов	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное владение с источниками информации, её осмысления и выдвижения рабочей гипотезы	Обучающийся демонстрирует неполное владение приёмами деловой журналистики, испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями	Обучающийся демонстрирует частичное владение материалом для создания делового журналистского произведения, испытывает затруднения в сборе и анализе материала.	Обучающийся демонстрирует полное владение материалом для создания журналистского произведения деловой направленности

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена 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 оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

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

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, 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.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.
Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений приведенным 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

7.1. Основная литература ко всему курсу:

Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика, Аспект Пресс, 2011
Вартанова Е.Л. О современных медиа и журналистике, МедиаМир, 2013
Вирин Ф. Интернет-маркетинг Эксмо, 2010
Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста, Аспект Пресс, 2010
Черникова Е.В. Литературная работа. Учебное пособие для журналистов, Флинта. Наука, 2017

7.2. Дополнительная литература:

Бабкин А.Ю. Корпоративные издания в России в условиях мирового финансового кризиса: современное состояние и
перспективы развития. Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика, № 2, Изд-во МГУ, 2009
Горчева А.Ю. Корпоративная журналистика, АудитКонсалтинг, 2008
Тертычный А.А. Жанры периодической печати Аспект Пресс, 2008
Интернет-СМИ. Учебник / под ред. М.М.Лукиной, Аспект Пресс, 2010

7.3. Электронные образовательные ресурсы

В разработке.

7.4.Документы

Федеральные Законы:
"О средствах массовой информации",

7.5. Ресурсы информационной-телекоммуникационной сети Интернет

Книжная полка журналиста: http://evartist.narod.ru/journ.htm.
Факультет журналистики МГУ: http://www.journ.msu.ru/.
Национальный институт прессы: http://www.pdi.ru/.
Союз журналистов России: http://www.ruj.ru/.
Портал социально-гуманитарного и политологического образования: http://www.humanities.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.

8. 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.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Изучение учебной дисциплины осуществляется в форме лекций, семинарских и практических занятий. Задача лекционных занятий – изложение теоретического материала в рамках ниже указанной программы. Задача семинарских и практических занятий – закрепление полученных теоретических знаний.

Активность на семинарских и практических занятиях имеет приоритетное значение перед посещением лекций. Дискуссии на семинарах по заранее объявленным темам проходят в свободной форме и имеют целью выявление знания, понимания проблемы и способности критической оценки различных подходов к анализу средств массовой информации и методов их изучения.

Студенты выполняют контрольную работу, наличие которой является «допуском» к экзамену. Контрольная работа является способом проверки способностей студентов в освоении текстов, их умения анализировать проблемы и тенденции развития деловой журналистики. Подготовка работы предполагает знакомство с первоисточниками (чтение публицистических произведений), их анализ и осмысление в соответствии с поставленной темой. Требования к оформлению работы: компьютерный набор, объем 20-25 страниц, 14 шрифт, полуторный межстрочный интервал.

Формы текущего и промежуточного контроля: написание эссе и рефератов, выступление на круглых столах; участие в работе на семинарах.

Результирующая оценка слагается из следующих составляющих:

- активное участие в семинарских и практических занятиях;
- посещение лекций;
- написание письменных работ по заданной теме.

- ответ во время экзамена (принимается в форме собеседования, обязателен дополнительный вопрос по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме).

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Лекционный курс строится не на абстрактно-теоретической базе научных представлений, а на их тесной взаимосвязи с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии, готовятся рефераты по основным темам курса. Выполняются контрольные работы.

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, не допустимо чтение доклада. 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.

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

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 составил:



к.ф.н., доцент В.В. Перевалов

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

«ТИПОЛОГИЯ ДЕЛОВЫХ СМИ»

Состав:
1. Показатели уровня сформированности компетенции
2. Перечень оценочных средств по дисциплине
3. Вопросы к экзамену
4. Темы групповых и индивидуальных творческих заданий
5. Темы докладов, сообщений
6. Темы рефератов

Составитель: В.В. Перевалов, к.ф.н., доц.

Москва, 2022 год

1. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

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

ПК-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта.			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
Знать: - знать типологию жанров деловых медиа, способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций деловой направленности - типологию жанров деловых медиа, - способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций деловой направленности; **Уметь:** - организовывать взаимодействие с правоохранительными органами и государственными структурами России, работать с законами и иными правовыми документами;	Лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия.	Контрольные работы, доклады, сообщения, Рефераты.	Базовый уровень: Знает специфику работы делового журналиста, методы сбора деловой информации, приемы создания журналистских материалов деловоой направленности, практическими методами анализа информации, Повышенный уровень: Знает специфику работу делового журналиста с источниками информации – открытыми, конфиденциальными, официальными; виды журналистского расследования. Умеет организовывать взаимодействие с руководящими уровнями корпораций всех видов собственности и государственными структурами России; умениями создавать на основе выявленных фактов журналистские материалы.

- отбирать существенную информацию, различать главные и побочные проблемы; - осознавать воздействие информации на источники, аудиторию и общественную дискуссию. **Владеть:** способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от □ места и роли деловых медиа в системе СМИ, - специфическими методиками и инструментами сбора, обработки и анализа информации делового и экономического характера; - навыками налаживания деловых контактов			

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Наименование оценочного средства		Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой		Темы докладов,

	(ДС)	публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно- практической, учебно-исследовательской или научной темы	сообщений
2	Рефераты и эссе (Р)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно- исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
3	Творческое задание (ТЗ)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

ПК-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта.

Контролируемый результат обучения	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**ЭКЗАМЕН**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: - знать типологию жанров деловых медиа, способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций деловой направленности - типологию жанров деловых медиа, - способы обработки и редактирования материалов в процессе подготовки публикаций	1-12 разделы	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний в области сбора информации, представления её как системы и последующей работы с ней	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: в области теории и практики деловой журналистики. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний в понимании сущности задач деловой журналистики, допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний в области теории и практики деловой журналистики, свободно оперирует приобретенными знаниями

деловой направленности			затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.		
Уметь: - создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах. - использовать знания в области экономики и права в процессе подготовки журналистских материалов для деловых СМИ; - системно анализировать явления, факты, события и тенденции в деловой и экономической жизни социума; - использовать навыки подготовки журналистских материалов деловой направленности;	1-12 разделы	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное понимание особенностей и задач деловой журналистики	Обучающийся демонстрирует неполное умение ориентироваться и работать в направлении деловой журналистики	Обучающийся демонстрирует частичное умение работать в направлении деловой журналистике допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения в анализе конкретных ситуаций	Обучающийся демонстрирует полное понимание задач делового журналиста, умение на основе собранного материала выдвигать гипотезы, версии происшедшего
Владеть: способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем	1-12 разделы	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное владение с источниками информации, её осмысления и выдвижения рабочей гипотезы	Обучающийся демонстрирует неполное владение приёмами деловой журналистики, испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями	Обучающийся демонстрирует частичное владение материалом для создания делового журналистского произведения, испытывает затруднения в сборе и анализе материала.	Обучающийся демонстрирует полное владение материалом для создания журналистского произведения, выдвижения рабочей гипотезы

(вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от места и роли деловых медиа в системе СМИ, - специфическими методиками и инструментами сбора, обработки и анализа информации делового и экономического характера; - навыками налаживания деловых контактов					

3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Деловая журналистика: типология форм, жанров, ведущие издания.
2. Функционал деловой прессы.
3. Специфика деловой интернет-журналистики.
4. Типология бизнес-прессы.
5. Типология деловых изданий журнального типа.
6. Современные деловые СМИ России.
7. Биржи и деловая пресса в Англии и Голландии.
8. Роль финансовых институтов в развитии прессы.
9. История появления и развития деловой прессы в России.
10. Рекламная пресса как тип делового издания 18-19 вв.
11. Назовите основные моменты в зарождении и развитии деловой прессы в США.
12. Охарактеризуйте рынок деловой прессы современной Японии.
13. Типологические особенности газеты Wall Street Journal.
14. Fortune как деловой журнал. Forbes как деловое издание.
15. Деловой еженедельник Business week.
16. Своеобразие и популярность делового журнала Economist.
17. Брэнд Financial Times.
18. Агентства деловой и экономической информации.

3. ТЕМЫ ГРУППОВЫХ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

1. Круглый стол «История деловых СМИ в России и за рубежом».
2. Круглый стол «Ведущие мировые деловые СМИ современности».
3. Студенческая конференция «Деловые СМИ современной России»
4. Практикум «Мониторинг контента ведущих деловых СМИ России»

4. ТЕМЫ ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ

- Истоки формирования деловой прессы.
- Коммерциализация информационной системы и первые экономические дискуссии.
- Новостные листки деловой информации в Италии и Германии(«Fuggerzeitungen»).

- Реклама в 16-19 столетиях, появление рекламных изданий.
- Биржи и деловая пресса в Англии и Голландии.
- Изобретения Эдисона («биржевой тиккер»), предпринимательский опыт Белла и Маркони.
- Зарождение и развитие деловой прессы в США (19-первая половина 20 вв.)
- Типологические особенности деловых изданий, специфика, распространение.
- Концентрация на рынке деловой прессы.
- Газеты Wall Street Journal, Financial Times: общая характеристика.
- Деловые журналы Fortune, Forbes, Business week: общая характеристика.
- Популярный британский деловой журнал Economist.
- Бум деловой прессы в Японии. Вестник деловой информации Nikkei и другие современные деловые издания.
- Типология деловых СМИ в России.
- Деловая журналистика в РФ: специализированные каналы и программы ТВ, радио, (РБК ТВ, Business FM и др.) деловые СМИ в рунете.
- Деловые издания ИД «Коммерсантъ»
- Издательская группа «Эксперт»
- Деловая пресса современной России: газеты: «Бизнес», «Ведомости», «РБК Daily», еженедельники: «Итоги», «Профиль», «Компания», «Секрет фирмы», «Smart Money», «Экономика и жизнь» и др.
- Ежемесячный специализированный журнал «Коммерческий директор», русская версия Forbes, журнал РБК и.др.