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

«Корпоративные 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 «Корпоративные СМИ».

Цель изучения дисциплины «Корпоративные СМИ» - сформировать у студентов целостное представление о системе корпоративных СМИ, их месте на стыке журналистики и PR, генезисе, специфике, функциях, видах и типах, особенностях создания и продвижения, а также об основных тенденциях и перспективах развития

Задачи:

- определить место корпоративных СМИ в системе средств массовой информации и корпоративных интегрированных коммуникаций;

--исследовать цели, функции и возможности корпоративных СМИ, их типы;

- изучить историю развития КП в России и на Западе;

- выявить основные проблемы и тенденции развития корпоративных СМИ в современном мире;

- выяснить факторы повышения эффективности корпоративных СМИ как средства интегрированных коммуникаций;

- познакомиться со спецификой работы редактора и журналиста в корпоративном медиа, с особенностями формирования системы СМИ в финансово-промышленных группах и этапами создания корпоративного СМИ;

- рассмотреть особенности содержательной модели и дизайна корпоративных изданий, методы организации обратной связи и изучения читательской аудитории.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Корпоративные СМИ» относится к числу дисциплин по выбору 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.
- Рынок деловых СМИ России
- Типология деловых СМИ.
- 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-3	Способен осуществлять	**Знать:**

	авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	- особенности СМИ (типовые, тематические и т. д.), для которых создается медиапродукт; - жанровую палитру – как универсальную, так и соответствующую конкретному типу СМИ; особенности каждого из жанров журналистики; - форматные и стилистические особенности различных СМИ. **Уметь:** - создавать журналистский текст в каждом из жанров; - органично сочетать текстовую, аудио-, видео- и графическую информацию в рамках одного журналистского продукта; - пользоваться техническими средствами, обеспечивающими подготовку и передачу медиа-произведение. **Владеть:** - техническими и стилистическими, творческими приемами, позволяющими создавать оригинальное и привлекательное для аудитории журналистское произведение; - художественными и техническими средствами создания этого продукта. - навыками соотнесения формальных и содержательных компонентов медиапроизведения в его смысловом, композиционном и стилевом единстве

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, т.е. 108 академических часов.

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Курсовая работа	Форма итогового-го контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)		
Очная	**2**	**6**	**108/3**	**54**	**18**	**36**	**-**	**54**	**-**	**-**	**Зачет**
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4	5	6
Аудиторные занятия (всего)	54		54		

В том числе:					
Лекции	18		18		-
Практические занятия (ПЗ)	-				-
Семинары (С)	36		36		-
Лабораторные работы (ЛР)	-				-
Самостоятельная работа (всего)	54		54		
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-				-
Расчетно-графические работы	-				-
Реферат	-				-
Эссе	-				-
Контрольная работа	18		18		-
Другие виды самостоятельной работы	36		36		-
Вид промежуточной аттестации (зачет)	-		-		-
Общая трудоемкость час./ зач. ед	108/3		108/3		-

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Корпоративная пресса в системе средств массовой информации и PR

Определение корпоративной прессы. Ее цели и функции, особое место в системе СМИ. «Инструментальная», «двойственная» природа КП: соотношение журналистики и PR. Корпоративная пресса как средство паблик рилейшнз. Понятие интегрированных коммуникаций. Есть ли конкуренция на рынке корпоративных СМИ? Борьба за внимание читателя. Значение корпоративной прессы для развития бизнеса, промышленности, науки и культуры. Особая социальная роль КП в условиях коммерциализации других СМИ.

Раздел 2. Корпоративная пресса: история и современность

Исторические предпосылки возникновения корпоративных изданий. Развитие corporate publishing на Западе: исторический аспект. Советская многотиражная печать как предшественница корпоративной прессы в России. 90-е гг. XX века: приход зарубежных компаний в Россию; появление первых отечественных корпоративных СМИ «на западный манер». Кто и зачем их издавал? XXI век: бурное развитие корпоративной прессы в России и на Западе. Его причины. Преимущества корпоративных СМИ.

Раздел 3. Типология корпоративных СМИ

Основные виды корпоративных медиа, их достоинства и недостатки. Тип и функция корпоративного издания. Основания типологизации: аудитория, учредитель, тип финансирования, способ распространения, периодичность, тираж, формат и иные издательские характеристики.

Раздел 4. Система корпоративных СМИ: печатные издания

Корпоративная печать как один из наиболее многочисленных и интенсивно развивающихся видов корпоративных СМИ. Специфические особенности корпоративных изданий по сравнению с традиционными. Преимущества и недостатки печати перед другими видами корпоративных СМИ.

Раздел 5. Система корпоративных СМИ: ТВ и радиовещание

Внутреннее корпоративное ТВ и радио – инструмент мотивации персонала на основе создания двусторонних диалоговых отношений. Преимущества и недостатки внутренних корпоративных ТВ- и радиостанций перед другими видами корпоративных СМИ. Корпоративное ТВ и радио на заказ на Западе как индустрия. ТВ и радио собственными силами компании – российский сценарий создания корпоративного ТВ и радио.

Раздел 6. Корпоративные интернет-ресурсы в системе корпоративных СМИ.

Корпоративные интернет-СМИ как наиболее перспективный корпоративный вид корпоративных медиа. Корпоративные интернет-ресурсы как СМИ: юридический аспект и научное осмысление проблемы.

Преимущества и недостатки корпоративного интернет-СМИ по сравнению с другими корпоративными СМИ. Корпоративный web-сайт – «лицо» современной компании. Первые корпоративные сайты в мире, в России, на Урале. XXI век: корпоративный web-сайт как эффективный инструмент развития бизнеса. Классификации корпоративных web-сайтов (по функциям и свойствам, по аудиторному признаку). Риски, связанные с работой в глобальной информационной сети.

Раздел 7. Продвижение корпоративных СМИ

Изучение информационных потребностей аудитории силами редакции или с привлечением социологов-профессионалов. Налаживание взаимодействия с источниками информации внутри компании (как «по вертикали», так и «по горизонтали»). Создание интерактивного общения в печатных СМИ, на корпоративном радио, телевидении, интернет-ресурсе («прямые линии», «вопрос-ответ», опросы, конкурсы др.). Методы продвижения корпоративного СМИ (встречи с читателями, «круглые столы», проведение праздничных мероприятий, конкурсы и викторины, предоставление возможности знакомства с корпоративным СМИ через сайт компании и др.).

Самореклама в корпоративных СМИ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины «Корпоративные 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: зачет 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-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

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-3 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
Знать: - особенности СМИ (типовые, тематические и т. д.), для которых создается медиапродукт; - жанровую палитру – как универсальную, так	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний в области сбора информации, представления её как системы и	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: в области теории и практики корпоративной журналистики. Допускаются значительные	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний в понимании сущности задач корпоративной журналистики, допускаются незначительные	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний в области теории и практики корпоративной журналистики, свободно оперирует

и соответствующую конкретному типу СМИ; особенности каждого из жанров журналистики; - форматные и стилистические особенности различных СМИ.	последующей работы с ней	ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	приобретенными знаниями
Уметь: - создавать журналистский текст в каждом из жанров; - органично сочетать текстовую, аудио-, видео- и графическую информацию в рамках одного журналистского продукта; - пользоваться техническими средствами, обеспечивающими подготовку и передачу медиа-произведение	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное понимание особенностей и задач корпоративной журналистики	Обучающийся демонстрирует неполное умение ориентироваться и работать в направлении корпоративной журналистики	Обучающийся демонстрирует частичное умение работать в направлении корпоративной журналистики допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения в анализе конкретных ситуаций	Обучающийся демонстрирует полное понимание задач корпоративного журналиста, умение на основе собранного материала выдвигать гипотезы, версии происшедшего
Владеть: - техническими и стилистическими, творческими приемами, позволяющими создавать оригинальное и привлекательное для аудитории журналистское произведение; - художественными и техническими средствами создания этого продукта. - навыками соотнесения формальных и содержательных компонентов медиапроизведения в его смысловом, композиционном и стилевом единстве	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное владение с источниками информации, её осмысления и выдвижения рабочей гипотезы	Обучающийся демонстрирует неполное владение приёмами корпоративной журналистики, испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями	Обучающийся демонстрирует частичное владение материалом для создания корпоративного журналистского произведения, испытывает некоторые затруднения в сборе и анализе материала.	Обучающийся демонстрирует полное владение материалом для создания журналистского произведения, выдвижения рабочей гипотезы

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта 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 проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «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 и умений приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями и 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 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:1. Минаева, Л. В. Внутрикорпоративные связи с общественностью [Текст]: теория и практика: учебное пособие для вузов / Л. В. Минаева. - Москва: Аспект Пресс, 2010. - 287 с. (библиотека ЧелГУ)

2. Социальный капитал организации [Текст]: методические материалы /[сост. О. А. Антонова]. - Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2010.

3. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры [Текст]: учебное пособие /Г. Л. Тульчинский. - СПб.: Лань: Планета музыки, 2011. - 571 с. (Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»)

4. PR в России: научный журнал. - http://www.rupr.ru/

5. Панченко, Ирина. Промышленный глянец [[Текст]] / И. Панченко // Журналист. - 2013 .- № 12 .- С. 26-28 .- ISSN 0869-7604.

7.2. Дополнительная литература

1. Алѐшина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. Учебник. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002. – 480 с.

2. Белова, Л. И. Корпоративная культура университетской телерадиокомпании "ЮУрГУ-ТВ" в представлении профессиональной субкультуры радийщиков / Л. И. Белова // Актуальные проблемы журналистики в условиях глобализации информационного пространства : материалы V международной научно-практической конференции, посвященной 5-летию факультета журналистики ЮУрГУ, 30 сент.-1 окт. 2011 г. / [редкол.: С. Д. Ваулин и др.] . - Челябинск, 2011 .- С. 13-18.
3. Вишнякова, Е. Чем корпоративное СМИ похоже на глянец? : любопытные аспекты создания журнала для клиентов в секторе b2b / Е. Вишнякова // PR в России. — 2004 .— N 11 .— С. 14.
4. Володькин, А. Пресса: большая и малая : о некоторых вопросах теории и практики выпуска корпоративных изданий / А. Володькин // PR в России. — 2004 .— N 11 .— С. 12-13.
5. Игнатьев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: Альпина Паблишер, 2002. -229 с.
6. Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика / Д.Л. Стровский, А.С. Франц, Л.Е. Стровский и др. Под ред. Д.Л. Стровского. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2003. – 258 с.
7. Корпоративная пресса России: современный опыт и тенденции развития: Сборник статей и интервью / Сост.: Ю.В. Чемякин. Под науч. ред. М. М. Ковалевой. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. – 261 с.
8. Кривоносов А. Корпоративная пресса на Западе: история и типология // PR-диалог, 2002, № 3, с. 71-72.
9. Кузьменкова М.А. Корпоративные коммуникации в информационном обществе: интегрированный подход // Вестник Моск. ун-та, сер. 10. Журналистика. 2004, № 3. – с. 39-47.
8. Михеев С. Зачем компании корпоративный сайт // Генеральный директор от 12 мая 2006 // http://www.gd.ru/magazine/article/157.html
9. Мурзин, Д. Идеальное СМИ : типология корпоративных изданий / Дмитрий Мурзин // PR в России. - 2004 .- N 11 .- С.4-5 .

7.3. Электронные образовательные ресурсы

В разработке.

7.4. 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/.
Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»: http://ecsocman.edu.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 корпоративной 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

«КОРПОРАТИВНЫЕ 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-3 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
Способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия.	Контрольные работы, доклады, сообщения, Рефераты.	Базовый уровень: Знает специфику работы корпоративного журналиста и редактора СМИ; приемы создания журналистских материалов для конкретной корпорации, теоретическими и практическими методами анализа информации, Повышенный уровень: Знает специфику работу журналиста с источниками информации – открытыми, конфиденциальными, официальными. Умеет организовывать взаимодействие руководства корпорации с всеми уровнями корпоративного управления

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.

№	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	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

ПК-3 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта					
Контролируемый результат обучения	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**ЗАЧЕТ**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: Различные способы и методы анализа и оценки медиатекстов, как приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	1-12 разделы	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
Уметь: - Разносторонне освещать деятельность общественных, экономических и государственных институтов в	1-12 разделы	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала,	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренны	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно

создаваемых медиапроектах и текстах		допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	е программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
Владеть: способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, её проверки и анализа	1-12 разделы	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии,

			ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	профессиональной деятельности.	проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

4. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

- Сущность корпоративной прессы, ее особенности, место в системе СМИ.
- Особенности и преимущества корпоративного СМИ в качестве средства PR.
- Конкуренция в сфере корпоративных СМИ.
- Возникновение корпоративной прессы в России и на Западе, основные этапы ее развития.
- Советские многотиражки: история развития, функции, особенности редакционной политики. Актуален ли опыт советской прессы сегодня?
- Основные функции корпоративных СМИ.
- Виды и типы корпоративных СМИ.
- Современное состояние и важнейшие тенденции развития корпоративной прессы
- Внутрикорпоративные СМИ крупных финансово-промышленных объединений, их особенности.
- Основные этапы создания корпоративного печатного СМИ.
- «Плюсы» и «минусы» аутсорсинга при создании корпоративных СМИ. Частичный аутсорсинг».
- Отраслевые (профильные) корпоративные издания.
- Особенности изданий градообразующих предприятий.
- «Бортовые журналы», их особенности, место в системе корпоративных СМИ.
- Корпоративное издание как рекламоноситель.
- Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном издании.
- Численность, состав и структура редакционного коллектива в корпоративных СМИ.
- Содержательная модель корпоративного издания.
- Особенности дизайна корпоративного издания.
- Активные формы взаимодействия редакции и аудитории.
- Методы продвижения корпоративного СМИ, организации «обратной связи», изучения аудитории.
- Основные проблемы российских корпоративных СМИ и возможные пути их решения.
- Понятие эффективной деятельности редакции корпоративных СМИ.

ТЕМЫ ГРУППОВЫХ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

1. Виды и типы корпоративных СМИ.
2. Современное состояние и важнейшие тенденции развития корпоративной прессы.
3. «Плюсы» и «минусы» аутсорсинга при создании корпоративных СМИ. «Частичный аутсорсинг».
4. Основные функции корпоративных СМИ.
5. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративном издании.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ

Разработать проект корпоративного СМИ для реальной или вымышленной корпорации, учитывая следующие моменты:

1. Цели и задачи выпуска данного корпоративного СМИ
2. Целевая аудитория.
3. Тираж и периодичность.
4. Способ распространения.
5. Источник финансирования.
6. Использование аутсорсинга
7. Название и примерный контент.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Что такое корпоративная пресса?
2. Каково ее место в системе СМИ? 3
. Назовите преимущества корпоративного СМИ в качестве средства PR.
4. Что такое конкуренция в сфере корпоративных СМИ?
5. Как возникла корпоративная пресса в России и на Западе? Назовите основные этапы ее развития.
6. Можно ли считать советские многотиражки аналогом современной корпоративной прессы?
7. Каковы основные функции корпоративных СМИ?
8. Какие можно выделить виды и типы корпоративных СМИ?
9. Каково современное состояние корпоративной прессы?
10. Назовите отличительные особенности внутрикорпоративных СМИ крупных финансово-промышленных объединений.
11. Перечислите основные этапы создания корпоративного печатного СМИ
12. Назовите «плюсы» и «минусы» аутсорсинга при создании корпоративных СМИ. «Частичный аутсорсинг».
13. В чем специфика отраслевых (профильных) корпоративных изданий?
14. Укажите особенности изданий градообразующих предприятий.
15. В чем особенности «бортовых журналов».
16. Может ли быть корпоративное издание рекламоносителем?
17. Охарактеризуйте специфику работы редактора и журналиста в корпоративном издании
18. Осмыслите содержательную модель корпоративного издания
19. Каковы особенности дизайна корпоративного издания?
20. Назовите формы взаимодействия редакции и аудитории.
21. Каковы основные проблемы российских корпоративных СМИ и возможные пути их решения?
22.Как измерить эффективность деятельности редакции корпоративного СМИ?