



ПРИЛОЖЕНИЕ 1 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Стратегии современных корпоративных СМИ и
медиакоммуникации**

**Образовательная программа
Стратегия медиакоммуникаций**

**Направление подготовки
42.04.02. Журналистика**

Уровень высшего образования

Магистратура



Разработчик:

Вакурова Н.В., доцент, кандидат филологических наук, зав. кафедрой журналистики и массовых коммуникаций



АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ Б1.В.10 СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СМИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Цели:	Сформировать у обучающихся представление о функциях, социальных задачах и специфике телевизионной журналистики, об особенностях жанров и форматов телевидения, в том числе новостной и аналитической журналистики, об организационно-управленческих и технико-технологических основах телевизионного производства, жанровой и стилевой специфике телевизионных текстов.
Задачи:	Сформировать навыки информационной и творческой деятельности в области телевизионной журналистики, а также навыками участия в производственном процессе подготовки и выхода в эфир телевизионных передач различных жанров и форматов.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	ОПК-7; ПК-3

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности
Знать:	– закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	– оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста
Владеть:	– навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиа сфере на основе принципов социальной ответственности

ПК-3	- Способен осуществлять организацию работы подразделения СМИ, разрабатывать авторские проекты, планировать и координировать деятельность подразделений, устанавливать и развивать контакты с внешней средой с учетом норм этики делового взаимодействия
Знать:	- Цели и задачи предлагаемого медиапроекта - Целевая аудитория, для которой этот проект предназначен, ее



	<p>социальные и психологические характеристики</p> <ul style="list-style-type: none">- Опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики- Принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции- Структуру и задачи редакции- Базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса)- Технологию редакционно-издательского процесса- Основы организации труда и управления- Нормативные акты в сфере редакционно-издательской деятельности- Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ, основные методы изучения аудитории- Правила и нормы современного русского литературного языка- Порядок заключения договоров, в том числе авторских, правила составления юридической документации- Профессиональную журналистскую этику,- Этику деловых отношений
<p>Уметь:</p>	<ul style="list-style-type: none">- Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи, возможные риски- Оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ- Прогнозировать результаты действий и оценивать возможные риски- Координировать действия подразделения с работой организации в целом- Владеть методами эффективного управления персоналом- Применять в работе информацию, полученную от аудитории



	<ul style="list-style-type: none"> - Составлять договоры
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> - Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ - Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов - Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней - Проведение совещаний - Планирование деятельности подразделения согласно установленным графикам работы организации на определенный период - Координация действий работников - Принятие оперативных решений при угрозе нарушения плана - Организация обратной связи с аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях) - Использование результатов обработки данных, полученных от аудитории, в целях развития проекта (СМИ) - Подготовка договоров с внештатными сотрудниками и авторами

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок 1, вариативная часть, обязательные дисциплины	Б1.В.10 Стратегия современных корпоративных СМИ и медиакоммуникации
--	---

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

- 1.1.** Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и компетенции, формируемые предшествующими дисциплинами:
- Журналистика в современном медиaprостранстве (ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1)



- Развитие рынка современных российских СМИ (ОПК-2; ОПК-5; ПК-3)
 - Современный медиаконтент (ОПК-1; ПК-1)
- 1.2.** Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо, как предшествующее:
- Правовая журналистика (ОПК-2; ОПК-7)
 - Конвергентная журналистика и современные медиа (ОПК-5; ОПК-6; ПК-2)
 - Производственная практика. Научно-исследовательская работа (ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3)

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

- 2.1.** Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц (ЗЕ), 180 академических часов.
- 2.2.** Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах):

Вид учебной работы	Кол-во академических часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость дисциплины	108		108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), ВСЕГО:	32		8
Лекции (Л)	12		4
Семинары (С)			
Практические занятия (ПЗ)	20		4
Самостоятельная работа студента (СРС)	76		100
Форма промежуточной аттестации			
Экзамен (Э)			
Зачет (З)	+		+
Дифференцированный зачет (ДЗ)			

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- 3.1.** Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием для каждой темы:
- номера семестра учебного плана (УП);



- количества академических часов, отведенного на её изучение с распределением по видам учебных занятий – «Л» - лекционные, «ПЗ» / «С» - практические занятия / семинары, «СРС» - самостоятельная работа студентов.
- формы текущего контроля успеваемости

Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов (тем)	№ сем . УП	Объем в часах (всего)	Л	ПЗ, С	СРС	
1.	Раздел 1 Роль и место корпоративных СМИ в системе современной журналистики	3			11	40	Реферат
2.	Функции и социальные задачи корпоративной журналистики						
3.	Разработка стратегии современного корпоративного СМИ						
4.	Раздел 2 Жанры и форматы современной корпоративной журналистики	3,4			11	40	Тестирование
5.	Жанрово-тематическая структура печатного корпоративного издания						
6.	Типология корпоративных ресурсов в Интернете						
7.	Раздел 3 Взаимодействие журналистики, PR и рекламы в современном корпоративном издании	4			11	40	Контрольная работа
8.	Особенности корпоративного медиаконтента						
9.	Создание и редактирование журналистских материалов для размещения в корпоративных СМИ						

Для заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов (тем)	№ сем . УП	Объем в часах (всего)	Л	ПЗ, С	СРС	
1.	Функции и задачи корпоративных СМИ	3	2		2	25	Реферат
2.	Принципы разработки стратегии корпоративного издания	3	2		2	20	



3.	Жанрово-тематическая структура корпоративного издания	3	4		4	25	Доклад
4.	Корпоративные СМИ в Интернете	4	2		2	25	Обзор корпоративных сайтов
5.	Журналистика, PR и реклама в корпоративном издании	4	2		2	20	
6.	Стилистика и редактирование текстов в корпоративном издании	4	4		4	36	Контрольная работа

3.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Краткое содержание (дидактические единицы)	Литература п-т 7 (Л1;Л2;Л3)
1.	Раздел 1 Роль и место корпоративных СМИ в системе современной журналистики	Корпоративные и отраслевые СМИ, разновидности и форматы корпоративной журналистики	Л 1.2, Л 1.4
1.1.	Функции и социальные задачи корпоративной журналистики	Информация, аналитика и развлекательные материалы в корпоративной журналистике	Л 1.4, Л 2.2,
1.2.	Разработка стратегии современного корпоративного СМИ	Этапы разработки стратегии корпоративного СМИ, реализация проектов и их анализ с точки зрения коммуникативной и экономической эффективности	Л 1.4, Л.2.1
2.	Раздел 2 Жанры и форматы современной корпоративной журналистики	Печатные издания и электронные СМИ. Форматы, периодичность, адресная направленность	Л.1.2, Л 2.2
2.1.	Жанрово-тематическая структура печатного корпоративного издания	Тематика и жанры периодического корпоративного издания	Л 1.1, Л.2.3, Л 3.1
2.2.	Типология корпоративных ресурсов в Интернете	Сайт организации, корпоративные платформы в блогосфере и социальных сетях	Л 1.1, Л 1.3, Л 2.4
3.	Раздел 3 Взаимодействие журналистики, PR и рекламы в современном корпоративном издании	Соотношение журналистских материалов, рекламы и PR-материалов в корпоративном издании	Л 2.2, Л 3.1



3.1.	Особенности корпоративного медиаконтента	Стилистика и графическое оформление медиаконтента. Визуализация медиаконтента в корпоративных интернет-изданиях	Л 1.1, Л 2.4
3.2.	Создание и редактирование журналистских материалов для размещения в корпоративных СМИ	Этапы создания и размещения журналистских материалов в корпоративных СМИ, особенности верстки и графического дизайна	Л 1.5 Л 2.4

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В процессе освоения дисциплины (модуля) обучающиеся, помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, для самостоятельной работы могут пользоваться следующими методическими материалами:

- 1) Краткий конспект лекций по дисциплине (если есть)
- 2) Словарь терминов и персоналий по дисциплине (если есть)
- 3) Другие элементы (если есть)

Методические материалы в виде электронных ресурсов находятся в открытом доступе в методическом кабинете деканата.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Процедура экзамена.

Формой промежуточной аттестации является экзамен. Экзамен проводится в форме собеседования по билетам. Экзаменационный билет содержит два теоретических вопроса. На подготовку ответов отводится 30 минут. Оценка знаний производится по 4-хбалльной шкале.

Критерии и шкала оценивания

«Отлично» Выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

«Хорошо» Выставляется студенту, твердо знающему материал, грамотно и по существу излагающему его, умеющему применять полученные знания на практике, но допускающему незначительные неточности в ответе или решении задач.

«Удовлетворительно» Выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно точные формулировки базовых понятий, нарушающего логическую последовательность в изложении программного материала, но при этом владеющему основными разделами дисциплины, необходимыми для дальнейшего обучения и способному применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.



«Неудовлетворительно» - Выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и решать типовые практические задачи.

В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен в установленном порядке.

5.2. Процедура зачета.

Промежуточный контроль знаний проводится в форме устного коллоквиума. Устный ответ на зачете позволяет оценить степень форсированности знаний по различным компетенциям. Ответ оценивается по 2 балльной системе.

Критерии и шкала оценивания.

«Зачтено» ставится, если: знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; студент свободно владеет научной терминологией; ответ студента структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок.

«Не зачтено» ставится, если: обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части психологии; содержание вопросов не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

В случае получения оценки «не зачтено» студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

5.3. Перечень вопросов для зачета / экзамена

- 1) Функции и социальные задачи корпоративных СМИ
- 2) Принципы создания медиаконтента для корпоративного издания
- 3) Типология корпоративных СМИ
- 4) Этапы разработки стратегии корпоративного издания
- 5) Внутрикorporативные СМИ как часть корпоративной культуры
- 6) Корпоративные (отраслевые) СМИ для внешней аудитории
- 7) Жанрово-тематическая структура корпоративного издания
- 8) Взаимосвязь журналистских и рекламных материалов в корпоративном издании
- 9) Принципы создания сайта организации
- 10) Корпоративная журналистика в Интернете

5.4. Типовые контрольные или практические задания к зачету / экзамену



- 1) Напишите 3 текста на одну тему для печатного корпоративного издания, для размещения на корпоративном сайте в Интернете и для публикации в социальных сетях. Обоснуйте различия в представленных текстах.
- 2) Разработайте медиаплан для корпоративных Интернет-СМИ
- 3) Разработайте проект продвижения сайта организации

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

6.1. Основная литература:

Код.№	Авторы / составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
Л1.1	Амзин А.А.	Новостная интернет-журналистика	Аспект Пресс, 2011
Л1.2	Варганова Е.Л.	О современных медиа и журналистике	МедиаМир, 2013
Л1.3	Вирин Ф.	Интернет-маркетинг	Эксмо, 2010
Л1.4	Тертычный А.А.	Методы профессиональной деятельности журналиста	Аспект Пресс, 2010
Л1.5	Черникова Е.В.	Литературная работа. Учебное пособие для журналистов	Флинта. Наука, 2017

6.2. Дополнительная литература:

Код.№	Авторы / составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
Л2.1	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
Л2.2	Горчева А.Ю.	Корпоративная журналистика	Аудит-Консалтинг, 2008
Л2.3	Тертычный А.А.	Жанры периодической печати	Аспект Пресс, 2008
Л2.4		Интернет-СМИ. Учебник / под ред. М.М.Лукиной	Аспект Пресс, 2010

6.2.1. Методические разработки:

Код.№	Авторы / составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
Л3.1	Вакурова Н.В.	Основы теории журналистики. Учебно-методическое пособие	М., ИСИ, 2017



7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ"

8. <http://dobrososedstvo.com/> официальный сайт Фонда развития международных связей «Добрососедство» отражает деятельность организации, содержит журналистские материалы корпоративного характера, имеющие интерес для широкой аудитории.
9. imguu.ru официальный сайт Института маркетинга Государственного университета управления
10. <http://www.mediascope.ru/> Журнал Факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова «Медиаскоп» является электронным продолжающимся научным изданием.
11. leo-mosk.narod.ru персональный сайт парламентского корреспондента Льва Московкина, раздела «Теория журналистики».

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

12.1. Методические указания по освоению лекционного материала

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы дисциплины, составленной в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом. В ходе лекционных занятий настоятельно рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. В рабочих конспектах лекций желательно оставлять поля, на которых делаются пометки при изучении рекомендованной литературы, дополняющие и т.д. Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

12.2. Подготовка сообщений и докладов к практическим занятиям

Доклад является элементом промежуточной аттестации и оценивается. В течение семестра каждый студент должен сделать как минимум один доклад. Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое знакомство с одной из изучаемых тем.

Критерии и шкала оценивания.

Оценка за доклад складывается из оценки преподавателя и оценки аудитории (групповой оценки). На первом занятии студенты формулируют критерии оценки докладов. После каждого выступления несколько человек на основании этих критериев делают качественную оценку доклада. Далее преподаватель, исходя из собственной оценки и оценки слушателей, ставит итоговую отметку.



Примерные критерии оценивания:

- содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.);
- качество изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.);
- наглядность (использование иллюстрирующих материалов, технических средств, материалов сети Интернет)

Выполнение доклада оценивается по системе «зачтено / незачтено». Отметка «незачтено» ставится если: выбранная тема раскрыта поверхностно, большая часть предлагаемых элементов плана доклада отсутствует; качество изложения низкое; иллюстрирующие материалы отсутствуют.

Приблизительная тематика докладов / сообщений

- 1) Обзор новостей отрасли на примере публикаций в корпоративном журнале.
- 2) Анализ журналистского материала или рубрики в корпоративном издании.
- 3) Анализ корпоративного сайта.
- 4) Корпоративные СМИ как платформа конвергенции журналистики и PR/
- 5) Корпоративные СМИ для внешней аудитории на примере журнала «Аэрофлот».
- 6) Внутрикорпоративные СМИ как инструмент формирования корпоративной культуры организации.
- 7) Корпоративные СМИ в системе деловых коммуникации.
- 8) Корпоративная журналистика в блогосфере и социальных сетях

13. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Googlechrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»)
-

14. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ,

необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для обеспечения проведения учебных занятий по дисциплине «Стратегии современных корпоративных СМИ и медиакommunikации» требуется мультимедийная аудитория и следующее техническое обеспечение:



- видеопроектор + ПК;
- маркерная доска.