

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра управления информационными процессами

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры управления информационными
процессами

Протокол от «08» сентября 2016 г. №2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД. 1 Корпоративная журналистика

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

КЖ

(краткое наименование дисциплины (модуля))

направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код, наименование направления подготовки)

Деловая журналистика

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2016 г.

Автор–составитель:

доктор политических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики
ИГСУ РАНХиГС Кравцов В.В.

Заведующий кафедрой:

Заведующий кафедрой управления информационными процессами, доктор политических наук, профессор Силкин В.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
Код этапа освоения компетенции.....	4
Наименование этапа освоения компетенции.....	4
Результаты обучения.....	4
2 . Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	6
3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	19
6.1. Основная литература.....	19
6.2. Дополнительная литература.....	20
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	20
6.4. Нормативные правовые документы.....	21
6.5. Интернет-ресурсы.....	24
6.6. Иные источники.....	24
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	24

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина ФТД.1 Корпоративная журналистика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций	ПК -6.3	способность при реализации медиапроектов применять оптимальные формы взаимодействия и сотрудничества с представителями различных сегментов общества, интерактивного общения с аудиторией, используя современные технологии PR, методы оценки социальных последствий информационного влияния на общественное сознание.

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт- сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК -6.3	на уровне знаний: взаимосвязь между понятиями «корпорации» и «корпоративная журналистика»; функции корпоративных СМИ, структуры современных корпоративных СМИ, особенности их создания и функционирования.
		на уровне умений: определяет поисковые методы работы по применению знаний в области

		корпоративной журналистики при подготовке журналистских материалов.
		на уровне навыков: сбора, анализа и обработки информации; навыками взаимодействия с другими участниками корпоративного медиапроизводства

2 . Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина ФТД 1. Корпоративная журналистика относится к факультативным дисциплинам. Общая трудоемкость ФТД 1. Корпоративная журналистика относится к факультативным дисциплинам составляет 1 зачётную единицу, дисциплина изучается в 5 семестре. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 18 часов: лекции – 8 часов, практические занятия – 10 часов. Самостоятельная работа составляет 18 часов. Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет (5 семестр).

Место дисциплины

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.Б.34 Введение в специальность (1 семестр), Б1.В.ОД.8 Жанры журналистики 4 семестр), Б1.Б.35 Теория и практика массовой информации и коммуникации (1 семестр), Б1.Б.24 Основы журналистской деятельности (3 семестр) и служит основой для Б1.В.ДВ.11 Деловая журналистика в конвергентных СМИ (8 семестр).

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Всего	Объем дисциплины (модуля), час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
			Очная форма обучения					
Тема 1	Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	4	2				2	0,3
Тема 2	Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.	4	2				2	0,3
Тема 3	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.	2	2					0,3
Тема 4	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.	1	1					0,3
Тема 5	Основные принципы креативного письма	2			2			0,3
Тема 6	Теория повестки дня.	1	1					0,3
Тема 7	Устройство и принципы	2			2			0

¹Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), реферат (Р), дискуссия (Д), задание (З).

	работы информационных служб.							
Тема 8	Работа с фотографией (подготовка фоторепортажа)	2			2			О
Тема 9	Корпоративная журналистика в печати.	2			2			
Тема 10	Корпоративная журналистика на радио.	2			2			
Промежуточная аттестация								зачет
Всего:		36	8		10		4	

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1 Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.

Истоки понятия. Современная информационная деятельность и её главные параметры; сегментация целевой аудитории; скорость коммуникационного потока в 21 веке; работа в условиях новых медиа.

Тема 2 Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.

Понятие конвергенции: истоки явления и обозримое журналистское будущее. Новые технологии создания тематического контента.

Тема 3 Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.

Интернет как главный канал распространения информации. Основа деятельности PR-агентств.

Тема 4 Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.

Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции (концепция информационного общества в её реальном воплощении).

Тема 5 Основные принципы креативного письма

Современные СМИ как система распространения типовой информации. Принципы формирования повестки дня. «Не можем молчать» или «Уполномочены заявить» – этическая дилемма корпоративной журналистики.

Тема 6 Теория повестки дня.

Системы взаимодействия со СМИ. Принципы сбора информации в различных СМИ; что интересует редакцию?

Тема 7 Устройство и принципы работы информационных служб.

«Отставание» печати. Как работает пресса? Размещение в прессе и собственные корпоративные проекты. Стенд-журнал, ежедневная газета, еженедельник, журналы (таблюд, глянец различных тематических типов), специальные проекты, печатная продукция малого формата (буклеты).

Тема 8 Работа с фотографией (подготовка фоторепортажа)

Секрет «неувядающего» радио. Радийные новости и подкасты. Аудитория, вещательный потенциал.

Тема 9 Корпоративная журналистика в печати.

Звук, видео и текст как смыслообразующие формы. Закончилась ли эра могущества ТВ? Телевидение в интернете. Частые медиахолдинги и государственные телеканалы: принципы информационной политики.

Тема 10 Корпоративная журналистика на радио.

Воздействие сети на формирование нового потребителя продукции СМИ. Системы организации «своего» потребителя.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины ФТД 1. Корпоративная журналистика используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	опрос, задание
Тема 2	Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.	опрос, задание
Тема 3	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.	опрос, задание
Тема 4	Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.	опрос, задание
Тема 5	Основные принципы креативного письма	опрос, задание
Тема 6	Теория повестки дня.	опрос, задание
Тема 7	Устройство и принципы работы информационных служб.	опрос, задание
Тема 8	Работа с фотографией (подготовка фоторепортажа)	опрос, задание
Тема 9	Корпоративная журналистика в печати.	опрос, задание
Тема 10	Корпоративная журналистика на радио.	опрос, задание

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):
в устной форме по вопросам.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам (дискуссиям),
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, выполнение домашних заданий, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы для подготовки к опросам:

1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.

Истоки понятия. Современная информационная деятельность и её главные параметры; сегментация целевой аудитории; скорость коммуникационного потока в 21 веке; работа в условиях новых медиа.

2. Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.

Понятие конвергенции: истоки явления и обозримое журналистское будущее. Новые технологии создания тематического контента.

3. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.

Интернет как главный канал распространения информации. Основа деятельности PR-агентств.

4. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.

Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции (концепция информационного общества в её реальном воплощении).

5. Теория повестки дня.

Современные СМИ как система распространения типовой информации. Принципы формирования повестки дня. «Не можем молчать» или «Уполномочены заявить» – этическая дилемма корпоративной журналистики.

6. Устройство и принципы работы информационных служб.

Системы взаимодействия со СМИ. Принципы сбора информации в различных СМИ; что интересует редакцию?

7. Корпоративная журналистика в печати.

«Отставание» печати. Как работает пресса? Размещение в прессе и собственные корпоративные проекты. Стенд-журнал, ежедневная газета, еженедельник, журналы (таблоид, глянец различных тематических типов), специальные проекты, печатная продукция малого формата (буклеты).

8. Корпоративная журналистика на радио.

Секрет «неувядающего» радио. Радийные новости и подкасты. Аудитория, вещательный потенциал.

9. Корпоративная журналистика на ТВ.

Звук, видео и текст как смыслообразующие формы. Закончилась ли эра могущества ТВ? Телевидение в интернете. Частые медиахолдинги и государственные телеканалы: принципы информационной политики.

10. Интернет как корпоративное пространство.

Воздействие сети на формирование нового потребителя продукции СМИ. Системы организации «своего» потребителя.

Типовые задания

Задание 1.

Заведующий кафедрой фондовых рынков и финансового инжиниринга факультета финансов и банковского дела РАНХиГС Константин Корищенко в интервью журналисту журнала «Эксперт» сказал о том, что «большое количество компаний выплачивают дивиденды, превышающие их текущий cash flow. То есть они делают это за счет заемных денег, и рост стоимости их акций поддержан выкупом акций. Американские компании включились в гонку за стоимостью – но если первая двадцатка может себе это позволить, то все остальные, чтобы за ними угнаться, лезут в долги и, мягко говоря, накапливают проблемы».

Как бы вы озаглавили это мнение в журнале «Эксперт»? К какому виду заголовков вы его причислили?

- а) Мнение эксперта не оставило надежд многим американским компаниям.
- б) Заведующий кафедрой РАНХиГС предупредил о ловушке, в которой может оказаться американская экономика..
- в) Американцы включились в гонку за стоимостью.
- г) Опасные игры с дивидендами.

Задание 2.

В конце прошлого и в начале этого года в США каждую неделю вводилось от десяти до двадцати новых буровых скважин. Сейчас темп замедлился, но прирост продолжается. При 45-50 долларах за баррель США продолжают наращивать добычу нефти и не присоединятся к любого рода соглашениям об ограничении добычи, а просто займут ту долю рынка, которую потеряет ОПЕК.

Какой вид конфликта присутствует в данном журналистском материале, опубликованном в журнале «Эксперт»?

- а) Открытый внутренний конфликт
- б) Внешний и внутренний конфликт
- в) Внутренний конфликт.
- г) Скрытый внешний конфликт.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций	ПК -6.3	способность при реализации медиапроектов применять оптимальные формы взаимодействия и сотрудничества с представителями различных сегментов общества, интерактивного общения с аудиторией, используя современные технологии PR, методы оценки социальных последствий информационного влияния на общественное сознание.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-6.3	Проявляет способности системного анализа информации, умение осуществлять обоснованный выбор методов определения оптимальных форм взаимодействия и сотрудничества с представителями различных сегментов общества, интерактивного общения с аудиторией. Демонстрирует владение технологиями PR, оценки социальных последствий информационного влияния на общественное сознание.	Комплексность и непротиворечивость анализа информации, обоснованный выбор методов сбора и анализа информации. Знание современных технологий PR и релевантный выбор применяемых технологий в процессе взаимодействия с аудиторией. Комплексное применение методов оценки социальных последствий информационного влияния на общественное сознание при решении профессиональных задач.

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.
2. Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.
3. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.
4. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.
5. Теория повестки дня.
6. Устройство и принципы работы информационных служб.
7. Корпоративная журналистика в печати.
8. Корпоративная журналистика на радио.
9. Корпоративная журналистика на ТВ.
10. Интернет как корпоративное пространство.
11. Специализированное программное обеспечение (современные издательские системы) на службе у корпоративной журналистики.
12. Концепция инфотейнмента.
13. Блог как новая форма корпоративной журналистики. Непрофессиональные СМИ.
14. Анализ современного корпоративного СМИ как мультимедийной площадки.

Типовые задания

Задание 1.

Русская православная церковь 30 марта будет отмечать День святого Патрика, сообщает «Интерфакс». «Важным вопросом, рассмотренным Священным Синодом, стало включение в месяцеслов имен древних святых, подвизавшихся в странах Центральной и Западной Европы до 1054 года. В общей сложности в месяцеслов были включены имена более полутора десятков святых, подвизавшихся в западных странах, среди которых святитель Патрикей, просветитель Ирландии, более известный среди верующих нашей страны как святой Патрик», - приводит «Интерфакс» слова главы синодального отдела по взаимоотношениям церкви с обществом и СМИ Владимира Легойды.

Определите, к какому виду новостей относится данная новость и найдите ответы на главные вопросы короткой новости.

- а) Действующее лицо, событие, место.
- б) Время, причина, способ.
- в) Источник, причина, способ.

Задание 2.

Назовите пограничные жанры современной публицистики и объясните, почему их считают таковыми.

Задание 3.

Определите методы построения коммуникативно-ориентированного и познавательного-ориентированного текста (на примере представленного текста).

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Успешно применяет знания для решения практической задачи, апеллирует к авторитетным оценкам и может отстаивать собственную позицию.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы и решение практической задачи не вызывают существенных затруднений, но требуют некоторых уточнений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей, решении практической задачи. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания, вызывает сложность применения знаний и навыков при решении практической задачи.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом, практическое задание не выполнено или выполнено не верно.

Шкала перевода оценки из многобалльной в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «не зачтено», если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 100 баллов;
- 100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при

обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

К сдаче зачета допускаются студенты, набравшие не менее 50 баллов по итогам текущей аттестации. Оценка промежуточной аттестации по дисциплине проставляется в приложение к диплому.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося.

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение домашних контрольных заданий, подготовка реферата, по одной из тем курса, подготовка доклада в форме устного сообщения по теме реферата, подготовку к опросам по темам дисциплины.

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Прослушать курс лекций по данной дисциплине
- Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях
- Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя
- Подготовить реферат с последующей защитой в форме доклада

Для самостоятельной подготовки к занятиям студентам предлагается изучить следующие темы:

- 1 Специфика деловой информации в современном мире.
- 2 Каналы распространения деловой информации в России.
- 3 Специфика делового сообщества – главного потребителя бизнес-информации.
- 4 Общественно-политические и деловые события в современном мире.
- 5 Новостные критерии отбора деловой информации.
- 6 Значение события.
- 7 Определение понятия «человеческий» фактор в современном мире и его значение для делового сообщества.
- 8 Влияние российских бизнес-лидеров на формирование делового климата в России и за рубежом.
- 9 Специфика подачи новостей с «человеческим» фактором в бизнес-издании.
- 10 Перевернутая пирамида, или антиистория в деловой информации.

- 11 Принципы перевернутой пирамиды.
- 12 Композиционные схемы перевернутой пирамиды.
- 13 Многопредметная новость в деловом издании: специфика, значение, функции.
- 14 Структура многопредметной новости и ее главные пункты.
- 15 Главное событие в многопредметной новости.
- 16 Специфика расширенной новостной заметки в бизнес-СМИ.

Обучающемуся необходимо использовать возможности внеаудиторной контактной работы с преподавателем. Ознакомиться с материалами к учебным занятиям, передаваемых с помощью информационных и телекоммуникационных технологий: презентационными материалами по дисциплине, дополнительными материалами и заданиями преподавателя к практическим занятиям, размещенных в электронной информационно-образовательной среде Академии.

Преподавателем в процессе консультаций определяются дополнительные формы текущего контроля успеваемости в случае длительного отсутствия на занятиях или недостаточной активности студента (задания в форме тестов, кейсов, написание реферата). Обучающийся имеет право на выполнение дополнительных заданий по согласованию с преподавателем с целью повышения рейтинга по результатам текущего контроля успеваемости.

Примерные темы рефератов

- 1 Современные медиахолдинги России: история, значение, основные этапы развития, редакционная политика.
- 2 Проблема достоверности события для рядовых потребителей деловой информации, коммерческих и государственных структур.
- 3 Значение и влияние психологической близости на потребителя деловой информации в современном мире.
- 4 Принципы работы с цитатами в крупнейших деловых информационных агентствах России.
- 5 Оперативность при подготовке короткой новости для деловых СМИ.
- 6 Информационные стандарты расширенной новостной заметки в ведущих информационных бизнес-агентствах России.
- 7 Каналы распространения мягких и жестких новостей.
- 8 Создание информационных поводов для подготовки информативных и контактных заголовков.
- 9 Контекстная актуальность.
- 10 Вымышленная актуальность и ее значение для современных деловых СМИ.

Методические рекомендации по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература

1. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации. - М.: Дашков и К, Наука-Спектр, 2010. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/906>. – ЭБС «IPRbooks».
2. Майншмидт Е.А., Юрьева Т.В., Кузнецов Б.В. Антикризисный PR. – М.: Евразийский открытый институт, 2010. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10609.html>. – ЭБС «IPRbooks».
3. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2014. — 464 с.
4. Бобров, А. А. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Бобров. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 343 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01162-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F81D042B-9C12-4364-8C9A-BF4EDD68EC87- ЭБС «Юрайт».
5. Основы журналистской деятельности: учебник для академического бакалавриата / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 332 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00590-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BBF29BF-3F94-4732-BAEF-9A7062EA3A02- ЭБС «Юрайт».

6.2. Дополнительная литература

1. Язык средств массовой информации. - М.: Академический Проект, Альма Матер. 2015. // <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>
2. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2014 . – 356 с.
3. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. – М., 2005.

2008. – Ч. 2.

4. Марков А.А., Полякова Н.В., Молчанова О.И. Теория и практика массовой информации. - М.: Инфра-М. 2014. – 452 с.
5. Наумов В. Б. Право и интернет: Очерки теории и практики. – М., 2002.
6. Оханян Т. Цифровой нелинейный монтаж. – М., 2001. Рабигер М. Режиссура документального кино. – М., 1999.
7. Рейнгольд Г. Умная толпа: Новая социальная революция. – М., 2006.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В. С. . Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрании законодательства РФ. - 2014. - № 31. - ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1998. - № 31. - ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 5. - ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016, с изм. от 17.11.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 1 (ч. 1). - ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 25. - ст. 2954.
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. - № 7. - ст. 300.
7. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 3. - ст. 170.
8. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.03.2015) «О государственной тайне» // Собрание законодательства РФ. - 1997. - № 41. - стр. 8220-8235.

9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3448.
10. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 12. - ст. 1232.
11. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О связи» // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 28. - ст. 2895.
12. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 32. - ст. 3283.
13. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3451.
14. Федеральный закон от 22.10.2004 № 125-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «Об архивном деле в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 43. - ст. 4169.
15. Федеральный конституционный закон от 28.06.2004 № 5-ФКЗ (ред. от 06.04.2015) «О референдуме Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2004. № 27. - ст. 2710.
16. Федеральный закон от 26.11.1996 № 138-ФЗ (ред. от 04.06.2014) «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» (вместе с «Временным положением о проведении выборов депутатов представительных органов местного самоуправления и выборных должностных лиц местного самоуправления в субъектах Российской Федерации, не обеспечивших реализацию конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления») // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 49. - ст. 5497.
17. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 29. - ст. 2950.
18. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 21. - ст. 1930.
19. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 24. - ст. 2253.
20. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 23. - ст. 2277.
21. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 5. - ст. 375.
22. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // Собрание законодательства РФ. – 1994. - № 35. - ст. 3648.
23. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 11. - ст. 1146.
24. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 30. - ст. 3031.
25. Федеральный закон от 04.04.2005 № 32-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об Общественной палате Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2005. - № 15. - ст. 1277.

26. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. - ст. 3802.
27. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 26 (часть I). - ст. 3378.
28. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) // Российская газета. - 2000. - № 187.
29. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753). Доступ к URL: <http://base.garant.ru/182535/>
30. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.
31. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 18 (часть II). - ст. 2159.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
7. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>; Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>
8. библиотека по журналистике (история журналистики, теория и практика, реклама, маркетинг, PR, право, логика, риторика, справочники и словари). Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/>
9. Медиакратия: информационно-образовательный портал для медиасообщества. Режим доступа: <http://www.mediacratic.ru/> -

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607; Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL:

<http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.