

**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

Б1.В.ОД.1. Деловая журналистика

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

ДЖ

(краткое наименование дисциплины (модуля))

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 филологических наук, профессор кафедры политической и деловой журналистики Отделения журналистики 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
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
6.1. Основная литература.....	23
6.2. Дополнительная литература.....	23
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	24
6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы.....	26
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	26

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

1.1 Дисциплина Б1.В.ОД.1 Деловая журналистика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	2.6	способен оперативно готовить журналистские материалы, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства с учетом типа СМИ, аудитории, принятых форматов, стандартов и технологических требований в разных жанрах.

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-2.6	на уровне знаний: специфики деловой журналистики, особенности генезиса и развития, сущность и типологизацию деловых медиа, процессы и закономерности экономического развития России и регионов, место и роль деловой журналистики в освещении деловых и экономических процессов.
		на уровне умений: системно анализировать явления, факты и события в деловой и экономической жизни социума, собирать, обрабатывать и анализировать информацию делового и экономического характера; учитывать особенности подготовки журналистских материалов деловой тематики в различных жанрах, а также применять методы и инструменты их подготовки.
		на уровне навыков: работы с источниками информации, инструментами и методами сбора информации, ее обработки и редактирования, создания качественных журналистских материалов в различных жанрах, применяемых в деловых медиа.

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

Объем дисциплины

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 72 часа: лекции –36 часов, практические занятия –36 часов. Самостоятельная работа составляет 36 часов. Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – курсовая работа, экзамен (7 семестр).

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.1. «Деловая журналистика» предусмотрена на 4 курсе, в 7-м семестре и входит в число обязательных дисциплин вариативной части ОП ВО.

Дисциплина Б1.В.ОД.1. «Деловая журналистика» реализуется после изучения дисциплин: Б.1.Б.17 «Основы теории журналистики»(2 семестр), Б.1.Б.9. «Социология журналистики» (4 семестр), Б1.Б.16 «Психология журналистики»(6 семестр).

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Формы внеаудиторной контактной работы****	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации** *
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР		
			Л	ЛР	ПЗ/	КСР			
Очная форма обучения									
Тема 1	Деловая информация и СМИ в современном обществе. Жанры деловой информации.	16	4		8		4	К	О
Тема 2	Значение события при методе работы журналиста с деловой информацией.	16	4		8		4	К, Т	О 3
Тема 3	Человеческий фактор в деловой информации. Близость события в бизнес-СМИ: географическая и психологическая близость.	16	4		8		4	К, Р	О
Тема 4	Принцип перевернутой пирамиды в деловой информации. Новость-цитата.	16	4		8		4	К, Т,Р	О 3
Тема 5	Многopредметная новость в деловых СМИ. Структура многopредметной новости.	16	4		8		4	К	О 3
Тема 6	Расширенная новостная заметка в деловом издании.	16	4		8		4	К, Р	О
Тема 7	Мягкие и жесткие новости в деловых СМИ.	16	4		8		4	К	О
Тема 8	Функции и виды заголовка-новости в деловой прессе.	16	4		8		4	К	О 3
Тема 9	Тема журналистского	16	4		8		4	К, Т,Р	О

	материала в деловой журналистике. Конфликты.							3
Промежуточная аттестация								КР, Э
Всего:		144	36		36		36	36

Примечание:

*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), кейс (К)).

*** - формы промежуточной аттестации: экзамен (Э).

****- внеаудиторная контактная работа: консультации (К), тестирование (Т), кейс (К), реферат (Р).

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Деловая информация и СМИ в современном обществе. Жанры деловой информации информации.

Специфика деловой информации в современном мире. Каналы распространения деловой информации в России. Специфика делового сообщества – главного потребителя бизнес-информации. История появления жанров деловой информации. Система бизнес-СМИ в России. Деловые печатные, электронные и Интернет- СМИ. Трансформация функций бизнес-СМИ. Современные медиахолдинги России: история, значение, основные этапы развития, редакционная политика.

Тема 2. Значение события при методе работы журналиста с деловой информацией.

Общественно-политические и деловые события в современном мире. Новостные критерии отбора деловой информации. Значение события. Масштаб события. Участие в событии знаменитостей и бизнес-персон. Федеральная и региональная специфика освещения бизнес-мероприятий в деловой прессе.. Проблема достоверности события для рядовых потребителей деловой информации, коммерческих и государственных структур.

Тема 3. Человеческий фактор в деловой информации. Близость события в бизнес-СМИ: географическая и психологическая близость.

Определение понятия «человеческий» фактор в современном мире и его значение для делового сообщества. Влияние российских бизнес-лидеров на формирование делового климата в России и за рубежом. Специфика подачи новостей с «человеческим» фактором в бизнес-издании. Изменение влияния критерия с помощью близости события. Новостная ценность в в географической близости. Значение и влияние психологической близости на потребителя деловой информации в современном мире.

Тема 4. Принцип перевернутой пирамиды в деловой информации. Новость-цитата.

Перевернутая пирамида, или антиистория в деловой информации. Принципы перевернутой пирамиды. Композиционные схемы перевернутой пирамиды. Новость-цитата в деловой информации. Сохранение баланса при написании новости-цитаты между прямой и косвенной речью. «Подкрепляющие» цитаты в деловых СМИ. Подача цитат в деловых СМИ для передачи юридически спорных высказываний. Принципы работы с цитатами в крупнейших деловых информационных агентствах России.

Тема 5. Многопредметная новость в деловых СМИ. Структура многопредметной новости.

Многопредметная новость в деловом издании: специфика, значение, функции. Структура многопредметной новости и ее главные пункты. Главное событие в многопредметной новости. Второстепенное событие в многопредметной новости. Особенности подготовки и сбора информации журналиста для многопредметной новости. Функции короткой новости. Семь основных вопросов при подготовке журналистом короткой новости для бизнес-СМИ. Объем короткой новости в прессе и в Интернет-изданиях. Разновидность коротких новостей. «Новостной заход» в короткой новости.

Значение места события в короткой новости. Оперативность при подготовке короткой новости для деловых СМИ.

Тема 6. Расширенная новостная заметка в деловом издании.

Специфика расширенной новостной заметки в бизнес-СМИ. Семь основных дополнительных вопросов о событии. Три основных составляющих расширенной новостной заметки в деловом издании. Суть события или ядро в расширенной новости. Подробности события или детали в расширенной новости. Бэкграунд в расширенной новости. Значение и роль эксперта при написании новости в бизнес-СМИ. Информационные стандарты расширенной новостной заметки в ведущих информационных бизнес-агентствах России.

Тема 7. Мягкие и жесткие новости в деловых СМИ.

Сходства и различия в применении мягких и жестких новостей в деловых СМИ. Композиционные схемы мягкой новости. Точки пересечения перевернутой пирамиды и прямой пирамиды. Этапы подготовки в бизнес-СМИ мягкой и жесткой новости.

Мягкие и жесткие новости, подготавливаемые пресс-службами коммерческих и государственных служб. Оперативно-новостные жанры мягких и жестких новостей. Специфика подготовки и написание пресс-релиза с использованием мягких и жестких новостей. Создание информационных поводов для подготовки новостей. Стилль подачи текста новостей в деловые СМИ. Каналы распространения мягких и жестких новостей.

Тема 8. Функции и виды заголовка-новости в деловой прессе.

Основные функции заголовка новости в деловой прессе. Специфика информативного заголовка в бизнес-СМИ. Особенности и значение контактного заголовка в бизнес-СМИ. Предикативные заголовки в коротких новостях. Формула предикативного заголовка. Заголовочный комплекс для расширенных новостных заметок в бизнес-СМИ. Ключевые слова в заголовочных комплексах. Нулевые заголовки в деловой прессе. Цитатные заголовки в деловой прессе. Специфика вопросительного заголовка для делового СМИ. Применение детализации в новостных заголовках бизнес-СМИ. Специфика заголовка-новости в Интернет СМИ. Принципы написания заголовков в современных бизнес-изданиях. Создание информационных поводов для подготовки информативных и контактных заголовков.

Тема 9. Тема журналистского материала в деловой журналистике. Конфликты.

Правовое регулирование медиасферы при определении журналистом темы, конфликта и других основных понятий журналистики. Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан. Законодательные акты, регулирующие медиадетельность. Региональные законодательные акты, касающиеся деятельности СМИ. Правовые и этические регуляторы в деятельности журналиста при подготовке конфликтного материала в бизнес-СМИ. Конфликт в журналистском произведении. Внешние конфликты. Внутренние конфликты. Открытые конфликты. Скрытые конфликты и их специфика, при подготовке журналистского материала в деловое издание. Актуальность в журналистском материале. Событийная актуальность. Календарная актуальность. Собственная актуальность и ее специфика при подготовке бизнес-материала. Контекстная актуальность. Вымышленная актуальность и ее значение для современных деловых СМИ.

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 Б1.В.ОД.1 Деловая журналистика используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Деловая информация и СМИ в современном обществе. Жанры деловой информации.	Опрос
Тема 2	Значение события при методе работы журналиста с деловой информацией.	опрос, задание
Тема 3	Человеческий фактор в деловой информации. Близость события в бизнес-СМИ: географическая и психологическая близость.	Опрос
Тема 4	Принцип перевернутой пирамиды в деловой информации. Новость-цитата.	опрос, задание
Тема 5	Многопредметная новость в деловых СМИ. Структура многопредметной новости.	опрос, задание
Тема 6	Расширенная новостная заметка в деловом издании.	Опрос
Тема 7	Мягкие и жесткие новости в деловых СМИ.	Опрос
Тема 8	Функции и виды заголовка-новости в деловой прессе.	опрос, задание
Тема 9	Тема журналистского материала в деловой журналистике. Конфликты.	опрос, задание

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в устной форме по вопросам, заданию, курсовая работа. Экзамен производится в устной форме и предусматривает ответ обучающегося на вопросы билета. Билет включает два теоретических вопроса, направленных на определение знаниевого уровня, и одно практическое задание, нацеленное на определение способности обучающегося к использованию полученных знаний при решении практических вопросов и на определение сформированности навыков в области деловой журналистики.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с результатами индивидуальной или групповой работы,
- участие в обсуждении, активность и умение правильно задавать вопросы,
- количество правильных ответов при тестировании.

Критерии оценивания работы на практическом занятии:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с информационными источниками;
- полнота, системность и аргументированность в изложении материала, собственной или групповой позиции;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100).

Опрос на практических занятиях проводится в интерактивной форме, по результатам индивидуальной, парной и/или групповой работы, связанной с анализом документов, различных источников информации, с решением кейс-стади, с проведением фасилитационных сессий.

Максимально 40 баллов - вклад по результатам активности на занятиях, выступления, участия в обсуждениях, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, 30 баллов - по результатам прохождения тестирования.

Вопросы для подготовки к опросам:

Тема 1. Деловая информация и СМИ в современном обществе. Жанры деловой информации информации.

1. Специфика деловой информации в современном мире.
2. Каналы распространения деловой информации в России.
3. История появления жанров деловой информации.
4. Система бизнес - СМИ в России.
5. Деловые печатные, электронные и Интернет- СМИ.
6. Трансформация функций бизнес-СМИ.

Тема 2. Значение события при методе работы журналиста с деловой информацией.

1. Общественно-политические и деловые события в современном мире.
2. Новостные критерии отбора деловой информации.
3. Значение события. Масштаб события.
4. Федеральная и региональная специфика освещения бизнес-мероприятий в деловой прессе..
5. Проблема достоверности события для рядовых потребителей деловой информации, коммерческих и государственных структур.

Тема 3. Человеческий фактор в деловой информации. Близость события в бизнес-СМИ: географическая и психологическая близость.

1. Определение понятия «человеческий» фактор в современном мире и его значение для делового сообщества.
2. Влияние российских бизнес-лидеров на формирование делового климата в России и за рубежом.
3. Изменение влияния критерия с помощью близости события.
4. Новостная ценность в в географической близости.
5. Значение и влияние психологической близости на потребителя деловой информации в современном мире.

Тема 4. Принцип перевернутой пирамиды в деловой информации. Новость-цитата.

1. Перевернутая пирамида, или антиистория в деловой информации.
2. Принципы перевернутой пирамиды.
3. Новость-цитата в деловой информации.
4. Сохранение баланса при написании новости-цитаты между прямой и косвенной речью.
5. «Подкрепляющие» цитаты в деловых СМИ.
6. Подача цитат в деловых СМИ для передачи юридически спорных высказываний.
7. Принципы работы с цитатами в крупнейших деловых информационных агентствах России.

Тема 5. Многопредметная новость в деловых СМИ. Структура многопредметной новости.

1. Многопредметная новость в деловом издании: специфика, значение, функции.
2. Главное событие в многопредметной новости.

3. Второстепенное событие в многопредметной новости.
4. Особенности подготовки и сбора информации журналиста для многопредметной новости.
5. Функции короткой новости.
6. Объем короткой новости в прессе и в Интернет-изданиях.
7. Разновидность коротких новостей.
8. «Новостной заход» в короткой новости.
9. Оперативность при подготовке короткой новости для деловых СМИ.

Тема 6. Расширенная новостная заметка в деловом издании.

1. Специфика расширенной новостной заметки в бизнес-СМИ.
2. Семь основных дополнительных вопросов о событии.
3. Три основных составляющих расширенной новостной заметки в деловом издании.
4. Суть события или ядро в расширенной новости.
5. Подробности события или детали в расширенной новости.
6. Бэкграунд в расширенной новости.
7. Информационные стандарты расширенной новостной заметки в ведущих информационных бизнес-агентствах России.

Тема 7. Мягкие и жесткие новости в деловых СМИ.

1. Сходства и различия в применении мягких и жестких новостей в деловых СМИ.
2. Композиционные схемы мягкой новости.
3. Точки пересечения перевернутой пирамиды и прямой пирамиды.
4. Этапы подготовки в бизнес-СМИ мягкой и жесткой новости.
5. Мягкие и жесткие новости, подготавливаемые пресс-службами коммерческих и государственных служб.
6. Создание информационных поводов для подготовки новостей.
7. Каналы распространения мягких и жестких новостей.

Тема 8. Функции и виды заголовка-новости в деловой прессе.

1. Основные функции заголовка новости в деловой прессе.
2. Особенности и значение контактного заголовка в бизнес-СМИ.
3. Предикативные заголовки в коротких новостях. Формула предикативного заголовка.
4. Заголовочный комплекс для расширенных новостных заметок в бизнес-СМИ.
5. Ключевые слова в заголовочных комплексах.
6. Нулевые заголовки в деловой прессе.
7. Цитатные заголовки в деловой прессе.
8. Специфика вопросительного заголовка для делового СМИ.
9. Создание информационных поводов для подготовки информативных и контактных заголовков.

Тема 9. Тема журналистского материала в деловой журналистике. Конфликты.

1. Правовое регулирование медиасферы при определении журналистом темы, конфликта и других основных понятий журналистики.
2. Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан.
3. Законодательные акты, регулирующие медиадетальность.
4. Правовые и этические регуляторы в деятельности журналиста при подготовке конфликтного материала в бизнес - СМИ.
5. Внешние конфликты.

6. Внутренние конфликты.
7. Открытые конфликты.
8. Скрытые конфликты и их специфика, при подготовке журналистского материала в деловое издание.
9. Актуальность в журналистском материале.
10. Событийная актуальность.
11. Календарная актуальность.
12. Собственная актуальность и ее специфика при подготовке бизнес-материала.
13. Контекстная актуальность.
14. Вымышленная актуальность и ее значение для современных деловых СМИ.

Типовой тест

Инструкция

Назначение теста

Тест направлен на оценку уровня усвоения материала по следующим содержательным блокам учебной дисциплины:

- Главные критерии отбора новостей для деловых СМИ. Подходы в российской и зарубежной журналистике к определению значения новостной ценности. Измерение значения события в деловой журналистике. Измерение масштаба события при методе работы журналиста с деловой информацией.
- Тема журналистского материала в деловой прессе. Конфликты в журналистском произведении.

Рекомендации по заполнению

Тест проводится в форме заполнения бланка теста. Вашему вниманию представлено 20 вопросов и несколько вариантов ответа. Прохождение теста осуществляется путем проставления любого знака на бланке напротив варианта ответа, который Вы считаете правильным. Ваша задача – проанализировать информацию, изложенную в вопросе, и из нескольких ответов выбрать правильный. В каждом вопросе возможен только один правильный вариант ответа. Проставление более чем одного знака при ответе на один вопрос или не проставление знака, исправление - означает неправильный ответ.

Помните:

- Время ограничено. Начав выполнять тест, необходимо делать это как можно более быстро и точно.
- Если Вы хотите изменить ответ, зачеркните (не стирайте!) первый вариант и отметьте крестиком свой новый ответ.
- В тесте имеется 20 вопросов, и для его выполнения у Вас будет 40 минут. При желании, Вы можете закончить тест раньше.

Обработка и интерпретация результатов теста

Каждый правильный вариант ответа на вопрос – 1 балл. Максимальное количество баллов – 40. 40-35 правильных ответов – 30 – 26 баллов (соответствует оценке «отлично»). 34 – 29 правильных ответов – 20 -16 баллов («хорошо»). 29- 20 правильных ответов – 15-11 баллов («удовлетворительно»). Менее 20% правильных ответов соответствуют неудовлетворительной оценке – 10-0 баллов. Результаты тестирования учитываются при проведении промежуточной аттестации.

Типовые вопросы теста

1. Сколько процентов от общего числа событий происходящих в мире, потенциально

представляют интерес для деловых СМИ?

- ☐ 2%;
- ☐ 1%;
- ☐ 5%.

2. Как определяют журналисты новостную ценность материала для деловых СМИ?

- ☐ анализ политических проблем, связанных с изменениями в жизни общества ;
- ☐ обеспечение полной достоверной информацией людей, для принятия решений, касающихся их жизни;
- ☐ анализ главных событий за рубежом.

3. Чтобы событие было достойно упоминания как новость, оно должно содержать:

- ☐ один критерий
- ☐ два критерия
- ☐ три критерия
- ☐ четыре критерия

4. Чем измеряется значение события?

- ☐ количеством денег
- ☐ временем
- ☐ частью аудитории
- ☐ оперативностью

5. Чем измеряется масштаб события?

- ☐ Количеством участников и суммой денег
- ☐ актуальностью
- ☐ политическими событиями
- ☐ экономическими событиями

6. Чем измеряется участие в событие знаменитостей?

- ☐ статусом VIP-персоны
- ☐ скандалом
- ☐ доведение информации до читателей
- ☐ повышение рейтинга компании

7. Когда на первый план выходит «человеческий фактор»? :

- ☐ при формировании имиджа
- ☐ при изучении общественного мнения
- ☐ при анализе экономической деятельности предприятия
- ☐ при исследовании события с точки зрения того, как оно произошло

8. Кто являются персонажами новостей с «человеческим фактором»?

- ☐ общественные деятели
- ☐ VIP-персоны
- ☐ дети
- ☐ звезды эстрады
- ☐ политические деятели

9. Что может изменить влияние критериев в деловой журналистике:

- ☐ социологический опрос
- ☐ близость события
- ☐ экономический прогноз
- ☐ общественность

10. Что из перечисленного ниже не является географической близостью:

- ☐ 1. место события
- ☐ **2. время события**
- ☐ 3. место обитания аудитории делового СМИ

11. Какая из нижеуказанных тем, является темой журналистского материала?

- ☐ Экономическая
- ☐ Политическая
- ☐ **Общественно значимая проблемная ситуация**
- ☐ Гражданское общество
- ☐ Административные решения властей

12. Какие аспекты журналистской деятельности при сборе деловой информации отражает «Кодекс профессиональной этики Российских журналистов»?

- ☐ финансовые
- ☐ материальные
- ☐ **этические**
- ☐ гражданские

13. Что считается журналистским произведением без конфликта?

- ☐ Аналитическая статья
- ☐ **Заказная PR-статья или реклама**
- ☐ Деловая информация
- ☐ Репортаж с судебного заседания

14. Что считается внешним конфликтом в журналистском произведении?

- ☐ **Противостояние людей или группы людей с другими людьми, государством и обществом**
- ☐ Противостояние против существующих стандартов
- ☐ Противостояние против политической системы

16. Что считается внутренним конфликтом в журналистском произведении:

- ☐ Анализ экономической и политической проблемы
- ☐ **Противоборства между желаемым и возможным, желаемым и должным**
- ☐ Противоборства между целевыми аудиториями

17. Укажите главные критерии открытого конфликта:

- ☐ Участие знаменитостей
- ☐ Планирование специальных мероприятий для СМИ
- ☐ **Определение обострившейся, вышедшей на поверхность общественно-значимой темы**
- ☐ анализ общественно-политической ситуации в стране

18. Что из перечисленного ниже является главным критерием распознавания скрытого конфликта?

- ☐ Анализ экономической ситуации
- ☐ **Наблюдательность и знание философских законов**

- Социологический опрос и фокус-группа
- Разработка новых технологий по поиску эксклюзивной информации

19. Какой актуальный вопрос должен присутствовать в журналистском материале?:

- Почему сложилась такая ситуация?
- **Почему мы написали об этом именно сейчас?**
- В чем суть события?
- Кто виноват в сложившейся ситуации?

20. Какой вид журналистской актуальности используют при событии, иллюстрирующим проблему или тренд?

- событийную
- **латентную**
- собственную

Типовые практические задания

по теме «Значение события при методе работы журналиста с деловой информацией»

Найдите в данном тексте четыре новостных критерия. Измерьте значение события каждого критерия. Измерьте масштаб события. Определите, насколько участие в событии знаменитостей повышает статус деловой и общественно-политической информации.

«Новость важна для людей, когда она может их коснуться. Есть, например, новость, которая повторяется из года в год и при этом всегда безумно интересна читателям, слушателям, телезрителям. Это новость такого содержания: «В этом году в Москве отключение горячей воды начнется с 15 мая...» Как ни крути, но всех жителей столицы это коснется. Любая новость про метро важна, она вызывает интерес, это видно даже по посещаемости новостей.

Не случайно на поисковиках так популярны страницы, где указываются пробки. Тоже своего рода новость. Если авария на МКАДе привела к тому, что половина МКАДа перегорожена, МКАД стоит, естественно, это новость. Это безумный читательский интерес у водителей, которые по этому МКАД сейчас поедут...

Знаменитости – ну это святое! Ну кто не читал новости про то, что Пугачева развелась с Галкиным, либо с Киркоровым до этого. И так далее, и тому подобное...

Новости про политику, конечно, интересны. Но важны какие-то этапные, важные заявления, которые опять же коснутся людей. Но с другой стороны, когда весь Интернет обсуждал и обсуждает периодически какие-то скандалы, связанные с политиками, то желтая пресса писала, что у Путина был концерт АББА, что только ради него они собрались, какой-то там ВИП-концерт, и так далее, и тому подобное. Воздействие нулевое от этой новости, жизнь людей она никак не изменит. Но все начинают смотреть, обсуждать на кухнях: Путин, наш замечательный, наш ориентир, наш лидер нации, - и тут вот такая незадача – разбрасывается деньгами ради друзей и гостей.

Любям интересно как-то отвлечься от повседневности. Переключиться на то, что именно необычно для них. Если телеканалы покажут новость про то, что голый человек пробежал по Красной площади, три раза и за ним гонялись солдаты Красной Армии, людям это интересно, это забавно».

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-2	способностью в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	2.6	способен оперативно готовить журналистские материалы, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства с учетом типа СМИ, аудитории, принятых форматов, стандартов и технологических требований в разных жанрах.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.6	Демонстрирует эффективное применение языковых и другие изобразительно-выразительных средств с учетом типа СМИ, аудитории, принятых форматов, стандартов и технологических требований в разных жанрах.	Системно использует языковые и другие изобразительно-выразительные средства с учетом типа СМИ, аудитории, принятых форматов, стандартов и технологических требований в разных жанрах.

4.3.2. Типовые оценочные средства**Вопросы к экзамену**

1. Дайте определение жанру новость. Почему новость называют самым распространенным жанром в журналистике?
2. Расскажите историю появления жанра новость в 19 веке. Почему была использована именно такая подача информации?
3. Назовите главные критерии отбора новостей. Как определяют журналисты, что достойно к публикации, а что нет?
4. Что такое новостная ценность? Назовите два вида подхода в западной журналистике к новостной ценности.
5. Перечислите четыре новостных критерия, установленных в редакциях. Охарактеризуйте каждый из них.
6. Чем измеряется значение события при методе работы журналиста с деловой информацией? Приведите примеры.
7. Чем измеряется масштаб события при методе работы журналиста с деловой информацией? Приведите примеры.

8. Насколько участие в событии знаменитостей автоматически повышает статус деловой и общественно-политической информации? Приведите примеры.
9. Когда на первый план деловой и общественно-политической информации выходит так называемый человеческий фактор? Приведите примеры.
10. Что такое близость события в информации и как она может изменить влияние критерия?
11. Что такое географическая близость? Приведите ее примеры.
12. Что такое психологическая близость? Приведите ее примеры.
13. Что такое принцип перевернутой пирамиды? Приведите примеры.
14. Нарисуйте композиционно схему перевернутой пирамиды и дайте определение рисунку.
15. Что такое новость-цитата в деловой информации?
16. Расскажите о балансе, который должен быть сохранен при написании новости-цитаты между прямой и косвенной речью.
17. В каких трех случаях используют прямую речь при написании новости-цитаты.
18. Приведите примеры работы с цитатами в информационном агентстве «Интерфакс».
19. Что такое новость о делящемся событии? Приведите примеры.
20. Опишите типовую схему написания новости о делящемся событии на примере судебного процесса.
21. Что такое многопредметная новость? Приведите примеры.
22. Опишите структуру многопредметной новости. Назовите ее главные пункты.
23. Что такое короткая новость? Приведите примеры.
24. Назовите семь основных вопросов, на которые должна ответить короткая новость.
25. Каким должен быть объем короткой новости в Интернете и в прессе. Приведите примеры.
26. Что такое новостной заход? Какие вопросы чаще всего используются при новостном заходе.
27. Расскажите о способе новостного захода, при желании подчеркнуть эксклюзивность материала. Приведите примеры.
28. Что такое расширенная новостная заметка в деловом издании? Назовите семь основных дополнительных вопросов о событии.
29. Что такое мягкая новость и чем она отличается от жесткой новости.
30. Нарисуйте композиционно схему мягкой новости и объясните ее.
31. Что обозначает точка пересечения перевернутой пирамиды и прямой пирамиды. Приведите примеры.
32. Назовите две функции заголовка новости в деловой прессе. Приведите примеры.
33. Какие заголовки используются для коротких новостей. Приведите примеры.
34. Какие заголовки используются для расширенных новостных заметок. Приведите примеры.
35. Для чего используются ключевые слова в заголовках? Приведите примеры.
36. Что такое нулевые заголовки? Приведите примеры.
37. Что такое цитатные заголовки? Приведите примеры.
38. Что такое вопросительные заголовки? Приведите примеры.
39. Приведите примеры из инструкций по написанию заголовков для новостного интернет-сайта.
40. Что такое тема журналистского материала в деловой прессе? На какие главные вопросы должен ответить журналист при подготовке темы материала?
41. Что такое конфликт в журналистском произведении? На какие два вида подразделяются конфликты.
42. Перечислите вопросы, на какие должны отвечать внешние конфликты.

43. Перечислите вопросы, на какие должны отвечать внутренние конфликты.
44. Расскажите об открытых конфликтах в журналистских произведениях. Приведите примеры.
45. Расскажите о скрытых конфликтах в журналистских произведениях. Приведите примеры.
46. Что такое актуальность в журналистском материале. Назовите основные ее виды.

Типовые практические 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.

Задание 3.

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.

Примерные темы курсовых работ:

1. Деловая журналистика в информационном обществе.
2. Информационные процессы в условиях социальных изменений.
3. Информационная политика в многонациональном государстве: особенности конструирования и функционирования.
4. Процессы глобализации и защита национальных интересов России в прессе.
5. Методы и способы анализа аудитории средств массовой информации.
6. Основы информационного менеджмента.
7. Интернет как средство массовой информации: специфика, функции, значение.
8. Сущность информационной аналитики.
9. Радиовещание в системе средств массовой информации.
10. Телевидение как средство воздействия на массовое сознание и социальную психику.
11. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) в информационном обществе.
12. Периодическая печать в современной России: основные тенденции развития.
13. Государственное управление и информационная политика: общее и особенное.
14. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании общественного мнения.
15. Роль средств массовой информации и массовой коммуникации в формировании имиджа государства и общества.
16. Методы изучения эффектов массовой коммуникации
17. Развитие институтов гражданского общества и журналистика.
18. Использование маркетинговых технологий в журналистике (на примере).
19. Профессиональная этика как норма регулирования журналистского сообщества.
20. Слагаемые профессионализма журналиста.
21. Проектирование стратегических основ информационных кампаний в российских СМИ (на примере).
22. Освещение социальных проблем на федеральных коммерческих каналах (на примере).
23. PR-технологии как средство построения публичных коммуникаций.
24. PR-деятельность органов управления в сфере (на примере).
25. Стратегия продвижения радиокompании (телекомпаний) на региональном (федеральном) информационном рынке (на примере).
26. Роль и место телевизионных жанров в освещении международных конфликтов (на примере).
27. Специфика работы специализированных Интернет – изданий (на примере).
28. Проблематика освещения социальной рекламы средствами массовой информации.
29. Этапы формирования теле (радио) программы (на примере).
30. Специфика информационно-аналитического теле (радио) вещания (на примере).
31. Принципы эффективной имиджевой рекламы в региональных печатных изданиях (на примере).
32. Конвергентность как принцип психологического воздействия массовой информации на аудиторию.

33. Авторские методы журналиста в формировании общественного мнения (на примере).
34. Информационная служба телеканала: структурный и функциональный анализ (на примере).
35. Специфика работы телекритика в прессе.
36. Культуроформирующая функция СМИ и МК.
37. Информационные процессы: методы анализа и управления.
38. Использование маркетинговых технологий в журналистике.
39. СМИ и аудитория: концепция партнерства
40. Коммуникативные особенности визуализации: проблемы интерпретации и восприятия, особенности медиасреды.

Шкала оценивания.

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 из многобалльной системы в традиционную:

- оценка **удовлетворительно** выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка **хорошо** выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка **отлично** выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 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 дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин и применять их в решении практических профессиональных задач.

4.4. Методические материалы

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций проводятся в соответствии Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС (утв. Приказом ректора от 25.01.2012 г. №01-349; изм. от 07.06.2013 г.), Порядке организации и проведения практики студентов, осваивающих в РАНХиГС образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры (утв. Приказом ректора от 11.05.2016 г. №01-2212).

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов. Обучающему необходимо акцентировать внимание на возможности применения информации для решения практических задач.

Практические занятия проводятся в интерактивной форме, включают индивидуальные и групповые задания. В результате работы над кейсами и практическими заданиями обучающийся должен продемонстрировать способность работы с информацией, применения полученных знаний по изучаемой проблематике, активную позицию, способность работать в группе, отстаивать и аргументировать собственную позицию. В случае групповой работы оценка выставляется каждому члену команды с учетом вклада и общей результативности группы. Результаты оцениваются

преподавателем и отражаются в балльно-рейтинговой ведомости.

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках текущего контроля по темам учебной дисциплины.

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.
17. Семь основных дополнительных вопросов о событии.
18. Три основных составляющих расширенной новостной заметки в деловом издании.
19. Сходства и различия в применении мягких и жестких новостей в деловых СМИ.
20. Композиционные схемы мягкой новости.
21. Точки пересечения перевернутой пирамиды и прямой пирамиды.
22. Основные функции заголовка новости в деловой прессе.
23. Специфика информативного заголовка в бизнес-СМИ.
24. Особенности и значение контактного заголовка в бизнес-СМИ.
25. Правовое регулирование медиасферы при определении журналистом темы, конфликта и других основных понятий журналистики.
26. Конституция РФ об отношениях в медиасфере и информационных правах граждан.
27. Законодательные акты, регулирующие медиадетальность.

Обучающемуся необходимо использовать возможности внеаудиторной контактной работы с преподавателем. Ознакомиться с материалами к учебным занятиям, передаваемым 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 рефератов). Обучающийся имеет право на выполнение дополнительных заданий по согласованию с преподавателем с целью повышения рейтинга по результатам текущего контроля успеваемости.

Примерные темы рефератов

- 1 Современное 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. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2014. — 464 с.
2. Вартанова Е. Л. Основы журналистики. Курс лекций. — Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Москва, 2012. — С. 182.
3. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 433 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FAE8F042-C2C6-487B-97DF-1CF1215FA351 - ЭБС «Юрайт».
4. Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / В. П. Ратников ; отв. ред. В. П. Ратников. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 527 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3AA38FA4-472B-43E5-859E-864DE47E53A0 - ЭБС «Юрайт».
5. Авдеева, О.А. Рынок СМИ в России и зарубежных странах: сравнительный анализ: монография [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2010. — 180 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/12837>. - ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

6. Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика/Г.П. Бакулев. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2002. – С. 81.
8. Дзялошинский И. Инновационная журналистика. Модное словосочетание или путь развития СМИ.//ТелеЦЕНТР №1(21), февраль - март 2007. – С.49-52.
9. Синяева И.М., Романенкова О.Н. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебник для бакалавров - М.: Юрайт, 2015. - ЭБС "Юрайт" http://www.biblio-online.ru/thematic/?31&id=urait.content.3C2BCD46-B90B-46FE-9717-B9F4CDB51EAA&type=c_pub
10. Нечаев Д.Н., Тулупов В.В. Деловые печатные издания России: становление, специфика, тенденции развития. – Воронеж, 2006. – С.153
11. Перевалов В.В. О создании новых каналов распространения массовой информации // Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире. // Сб. материалов научно-практической конференции. Ч. 1. — М., 2005. — С. 203.
12. Кравцов В.В. Журналист в избирательном процессе. – М.: Изд.РИП-холдинг, 2005. – 310 с. – (Серия «Практическая журналистика»)
13. Кравцов В.В. Политическая журналистика в Интернете/В.В. Кравцов. – Чебоксары: Чуваш.кн.изд-во, 2011. – 224 с.
14. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 240 с.
15. Монахов В.Е. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / Монахов В.Е., Васильева М.М., Мехонцев В.В., Жеглова Ю.Г., Погребенков В.И., Попкова Е.Е., Чашихин Б.Д. - М.:

Издательство Юрайт, 2015. - ЭБС «Юрайт»
[\[http://urait.ru/catalog/pechatnye_izdaniya/32159/\]](http://urait.ru/catalog/pechatnye_izdaniya/32159/)

16. Язык средств массовой информации. - М.: Академический Проект, Альма Матер. 2015. // <http://www.iprbookshop.ru/36864.html>
17. Горьков В.М., Комаровский В.С. Связи с общественностью в органах государственной власти. - М. : КноРус, 2014. -158 с.
18. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. - М.: Феникс, 2014. – 352 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. 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»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. — М.: Дело, 2015. – 192 с.

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.- с. 820-835.
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.

14. 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.
15. 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.
16. 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.
17. 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.
18. 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.
19. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. - 1995. - № 21. - ст. 1930.
20. 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.
21. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. - 2001. - № 23. - ст. 2277.
22. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 5. - ст. 375.
23. 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.
24. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму»// Собрание законодательства РФ.-2006. — № 11.-ст. 1146.
25. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности»// Собрание законодательства РФ. - 2002. - № 30. - ст. 3031.
26. 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.
27. 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.
28. 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.
29. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) //Российская газета - 2000. - № 187.
30. 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/>
31. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.

32. 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, справочные системы

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. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). - Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>.
5. Медиакратия: информационно-образовательный портал для медиасообщества. Режим доступа: <http://www.mediacratic.ru/>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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 LTSB 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/>.