

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Набережночелнинский институт (филиал)  
Отделение юридических и социальных наук



**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель директора  
по образовательной деятельности  
НЧИ КФУ

\_\_\_\_\_ Н.Д. Ахметов  
"\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Корпоративные средства массовой информации

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
  - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
  - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
- 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) Патенко Г.Р.

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

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

<b>Шифр компетенции</b>	<b>Расшифровка приобретаемой компетенции</b>
ОПК-14	способность базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов
ОПК-15	способность ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, расследовательская, художественно-публицистическая журналистика)
ПК-1	способность выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, её проверки и анализа
ПК-3	способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- особенности массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания (ОПК-14);
- форматы печатных изданий, теле- и радиопрограмм, интернет-СМИ, особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (ОПК-15);
- методы сбора, проверки и анализа информации (ПК-1);
- нормы, стандарты, форматы, стили, технологические требования, принятые в СМИ разных типов (ПК-3).

Должен уметь:

- базироваться на знании особенности массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания (ОПК-14);
- ориентироваться в основных форматах печатных изданий, теле- и радиопрограмм, интернет-СМИ (ОПК-15);
- выбирать актуальные темы и проблемы для публикации (ПК-1);
- использовать методы анализа, оценивания и редактирования в профессиональной деятельности (ПК-3).

Должен владеть:

- инновационными подходами при создании медиатекстов (ОПК-14);
- способами создания текстов различных жанров с учетом специфики других направлений (ОПК-15);
- навыком создавать медиатексты на актуальные темы (ПК-1);
- навыком анализа, оценивания и редактирования медиатекстов, создания их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3).

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять результаты освоения дисциплины в профессиональной деятельности.

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.5 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.02 "Журналистика (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе в 9 семестре.

## 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) на 180 часа(ов).

Контактная работа - 22 часа(ов), в том числе лекции - 10 часа(ов), практические занятия - 12 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 149 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 9 семестре.

## 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Правовые аспекты сайта и размещенных на нем корпоративных СМИ.	9	2	0	0	20
2.	Тема 2. Структура и виды корпоративного сайта.	9	1	2	0	16
3.	Тема 3. Интернет-газета.	9	1	2	0	16
4.	Тема 4. Методы привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации.	9	1	2	0	16
5.	Тема 5. Рынок корпоративной прессы: история, классификация, развитие, перспективы	9	2	0	0	25
6.	Тема 6. Производство корпоративных газет и журналов: концепция, технология, рубрикация, дизайн	9	1	2	0	20
7.	Тема 7. Журналистика в корпоративных СМИ	9	1	2	0	16
8.	Тема 8. Корпоративные СМИ: киновариант	9	1	2	0	20
	Итого		10	12	0	149

### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

#### Тема 1. Правовые аспекты сайта и размещенных на нем корпоративных СМИ.

Российские законы об интернете. Закон РФ "О средствах массовой информации" ♦ 2124-1, Патентный закон РФ ♦ 3517-1

Закон РФ "О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных" ♦ 3523-1, Основы законодательства об Архивном фонде РФ и архивах ♦ 5341-1, Гражданский кодекс РФ N 230 Глава 70 "Авторское право"; Закон РФ "О государственной тайне" ♦ 5485-1, Федеральный закон "Об обязательном экземпляре документов" ♦ 77-ФЗ, Федеральный закон "О связи" ♦ 15-ФЗ, Федеральный закон "Об информации, информатизации и защите информации" ♦ 24-ФЗ, Федеральный закон "Об участии в международном информационном обмене" ♦ 5-ФЗ. Отечественная и зарубежная практика доменных споров.

#### Тема 2. Структура и виды корпоративного сайта.

Понятие и виды сайтов. Структура интернет-представительства организации: о компании, корпоративные медиа (пресс-релизы, фотогалерея, интернет газета организации, отраслевой журнал, телепередача, радиопередача) поиск и фильтры, корпоративные блоги, форумы, календарь событий, каталог продукции, интернет-магазин, игры, инвесторам и партнерам, внутренний контур для документов организации, корпоративное управление, социальная политика, контакты.

### **Тема 3. Интернет-газета.**

Интернет-газета: представительское издание о жизни организации, рекламная газета для потребителей продукции организации. Интернет-журнал: представительский, рекламный. Телепередача: о новостях организации, о новостях города. Лента новостей: раздел сайта, который выполняет функцию оперативного информирования внутренней и внешней среды организации. Фотогалерея или фоторепортажи: раздел сайта, который выполняет функцию иллюстрирования мероприятий организации. Радиопередача: о новостях организации, о новостях города.

### **Тема 4. Методы привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации.**

Типы рекламных кампаний для продвижения интернет издания. Особенности рекламы в Интернете. Виды рекламы в интернете. Медийная реклама. Системы управления рекламой: что это такое? Как выбирать таргетинг? Контекстная реклама. PR в интернете. Представительство организации в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Размещение рекламы в играх. Оптимизация сайта для поисковых машин. Тип целевой аудитории в интернете. Принципы медиапланирования в сетевом корпоративном СМИ.

### **Тема 5. Рынок корпоративной прессы: история, классификация, развитие, перспективы**

Что такое корпоративное издание? Цели и задачи корпоративных изданий. Классификация корпоративных изданий. Корпоративная пресса в корпоративных коммуникациях.

История современного рынка корпоративной прессы в России. Возникновение корпоративных СМИ в современной России. Этапы развития корпоративных СМИ. Рынок корпоративных СМИ в цифрах

### **Тема 6. Производство корпоративных газет и журналов: концепция, технология, рубрикация, дизайн**

Когда и какое корпоративное издание выпускать? Корпоративное издание: делать самим или отдавать на аутсорсинг? Правила взаимодействия с внешним издателем. Сколько стоит корпоративное издание?

Запуск корпоративного издания. Выбор подрядчика. Тендер: документы, процедуры, эффективность. Создание концепции корпоративного СМИ. Рубрикатор и темплан корпоративного издания. Особенности дизайна корпоративных СМИ. Особенности распространения корпоративных изданий.

### **Тема 7. Журналистика в корпоративных СМИ**

Как написать текст и продать его читателю. Организация производственного процесса. Журналистика в корпоративных СМИ. Интересно подать материал. Специфика и ограничения корпоративной прессы. Заголовок и лид. Как превратить корпоративную новость в сенсацию.

Взаимодействие редакции и корпорации: решение бизнес-задач, сбор и подготовка материалов, процесс согласования

Отношения редакции с корпорацией. Информационная безопасность. Взаимодействие с руководителем корпорации. Согласования, согласования, согласования. Чего хочет корпорация от редакции.

### **Тема 8. Корпоративные СМИ: киновариант**

Типы корпоративного кино. Четыре группы фильмов: для внутреннего использования (внутрикорпоративное кино), для внешнего использования (рассчитаны на широкую аудиторию), B2B (business to business - фильмы для бизнеса) и смежные (ориентированы на несколько групп). По функциональности все виды фильмов условно также можно разделить на четыре группы: информационные (главная функция - информирование), PR (продвижение товара/услуги), Sales (продажа товара/услуги) и смежные.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

### 6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
<b>Семестр 9</b>			
	<i>Текущий контроль</i>		
1	Реферат	ПК-1 , ПК-3	1. Правовые аспекты сайта и размещенных на нем корпоративных СМИ. 2. Структура и виды корпоративного сайта. 7. Журналистика в корпоративных СМИ
2	Контрольная работа	ОПК-15 , ОПК-14	3. Интернет-газета. 4. Методы привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации.
3	Тестирование	ПК-1 , ПК-3	5. Рынок корпоративной прессы: история, классификация, развитие, перспективы 6. Производство корпоративных газет и журналов: концепция, технология, рубрикация, дизайн 8. Корпоративные СМИ: киновариант
	<i>Экзамен</i>	ОПК-14, ОПК-15, ПК-1, ПК-3	

### 6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
<b>Семестр 9</b>					
<b>Текущий контроль</b>					
Реферат	Тема раскрыта полностью. Продемонстрировано превосходное владение материалом. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы соответствует поставленным задачам. Степень самостоятельности работы высокая.	Тема в основном раскрыта. Продемонстрировано хорошее владение материалом. Используются надлежащие источники. Структура работы в основном соответствует поставленным задачам. Степень самостоятельности работы средняя.	Тема раскрыта слабо. Продемонстрировано удовлетворительное владение материалом. Используются источники и структура работы частично соответствуют поставленным задачам. Степень самостоятельности работы низкая.	Тема не раскрыта. Продемонстрировано неудовлетворительное владение материалом. Используются источники недостаточны. Структура работы не соответствует поставленным задачам. Работа несамостоятельна.	1
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	3
<b>Экзамен</b>	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

**6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Семестр 9**

**Текущий контроль**

**1. Реферат**

Темы 1, 2, 7

1. Факторы возникновения корпоративных СМИ.
2. "Достоинство" и "недостатки" различных каналов СМИ (прессы, радиовещания и телевидения)
3. Общее, особенное и единичное у них при передаче массовой информации.
4. Содержание понятий "массовая и элитарная журналистика".
5. Российская журналистика в условиях глобализации..
6. Типологическая структура СМИ.
7. Современные тенденции в мировой и российской журналистике.
8. Таблоидизация как бизнес -стратегия печатных СМИ.
9. Веб журналистика.
10. Сетевые газеты.
11. Корпоративная пресса
12. Перспективы развития системы СМИ.
13. Конкуренция и борьба за аудиторию, рекламодателей между тремя общероссийскими каналами РФ.
14. Радиорынок РФ.
15. Журнальная периодика России.
16. Крупные Издательские Дома России.
17. Экономические факторы развития системы СМИ.
18. Крупные собственники СМИ.
19. Издательский бизнес в сфере журналистики. Информация как особый вид товара
20. Региональная журналистика в системе СМИ РФ.

21. Бизнес-модели российских СМИ.
22. Медиабренд как элемент бизнес-стратегии СМИ
23. Корпоративные СМИ на сайте организации.
24. Методы интернет-маркетинга для корпоративного электронного издания
25. Специфика медиапланирования в сетевом корпоративном СМИ
26. Приемы использования методов привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации

## 2. Контрольная работа

Темы 3, 4

Контрольная работа

1. Ваш корпоративный журнал/газета должен быть увлекательным. Он должен заинтересовывать читателя, а не оканчивать свои дни бесславно в мусорной корзине будучи даже нераспечатанным. За счет чего достигается эффект вовлеченности читателя? За счет качественного, интересного и сфокусированного именно на вашу читательскую аудиторию контента. Основной принцип создания такого контента: он должен ставить во главу угла интересы читателя, а не ваш продукт! И только если читатель заинтересовался предлагаемой вами информацией, он будет не против уделить внимание и описанию вашего продукта.
2. Послание вашего бренда должно быть искусно и незаметно вплетено в общую канву повествования. В корпоративной прессе нельзя рекламировать бренд так, как вы это делаете в обычных рекламных модулях, размещаемых в независимой прессе. О бренде и его преимуществах нужно рассказывать через призму проблем и ситуаций, которые интересны вашим реальным читателям. Вы должны показать, что знакомы с реальными проблемами вашей целевой аудитории, что они близки вам, и вы просто хотите помочь им в решении этих проблем.
3. Вид корпоративного издания должен соответствовать вашей целевой аудитории. Если вы рассчитываете на премиальный сегмент, то экономить на дизайне, бумаге или иллюстрациях - неверное решение. Помните, что внешний вид вашего корпоративного издания будет оказывать влияние на имидж вашей компании.
4. Тщательнее всего стоит подойти к выбору агентства или издательства корпоративной прессы, которое будет реализовывать проект, прежде всего, проверив качество их текстов. Рекламные агентства создают неплохие дизайнерские проекты, однако они не могут работать с текстами на том уровне, который необходим для качественного корпоративного издания. Ваш подрядчик должен обладать журналистскими ресурсами: профессионалами, которые будут брать интервью, писать репортажи, собирать новости и создавать тексты по законам жанра - именно такие, какие будут интересны вашим читателям. Прежде чем выбрать подрядчика, непременно изучите его портфолио: насколько качественные и интересные тексты могут писать журналисты этой компании. Лучше всего посмотреть тексты, которые создавались для корпоративного издания компании, работающей совсем в другой области, нежели ваша. Если эти тексты заинтересовали даже вас, значит, они написаны качественно. С другой стороны, издательство, работающее с компаниями вашего рынка, находится в более выигрышном положении, поскольку оно хорошо знает читательскую аудиторию и ее потребности.

## 3. Тестирование

Темы 5, 6, 8

1. Положения, характеризующие позитивные ценности организационно-корпоративной культуры(несколько ответов)
  - а) успехи компании - это мой успех
  - б) покупатели (клиенты) - случайные люди, они доставляют только неудобства и мешают нашей работе
  - в) каждый сам за себя
  - г) не высовывайся
  - д) не конкуренция, а сотрудничество в работе на общую цель
2. Кадровая политика в российской практике формирования корпоративной культуры может быть отражена в (несколько ответов)
  - а) инструкциях по делопроизводству
  - б) подборе персонала, разделяющих ценности корпорации
  - в) обучении персонала стандартам поведения
  - г) увольнении сотрудников, не воспринявших ценности корпорации
3. Сущность организационно-корпоративной культуры заключается в
  - а) стандартах и нормах поведения
  - б) миссии корпорации
  - в) ценностях компании, разделяемых большинством ее персонала и проявляющихся в его поведении
  - г) корпоративной философии
4. Национальная культура определяется:
  - а) определенными видами культур (горизонтальными и вертикальными корпоративными культурами, бюрократическими, управленческими, техническими культурами)



- б) историей, ценностями, установками, убеждениями, нормами, обычаями, языком, религией
  - в) отношением людей к природе, соотношением индивидуализма и коллективизма, отношением к времени, к действию, к формальностям
  - г) особенностями корпоративных структур и систем управления
5. это принятые в организации приоритеты носящие эмоциональную привлекательность, имеющие значение для сотрудников и оберегаемые ими. Ответ:
6. Методы, позволяющие исследовать особенности сложившейся корпоративной культуры на основе подбора пословиц или поговорок, характеризующих сложившиеся отношения в корпорации, называются ... методы Ответ:
7. Наличие у сотрудников чувства корпоративной идентичности определяет(несколько ответов)
- а) делегирование полномочий
  - б) принятие культурных ценностей корпорации в качестве своих собственных
  - в) осознание идеалов компании
  - г) принятие решений на основе консенсуса д) полное принятие корпоративных ценностей
8. Возможные причины возникновения кризиса идентичности определяются(несколько ответов)
- а) высокой информированностью сотрудников предприятия
  - б) неиспользование творческого потенциала работников
  - в) наличием факторов различной отраслевой принадлежности предприятий, объединенных компаний
  - г) низкой информированностью сотрудников предприятия
  - д) наличием факторов единой отраслевой принадлежности предприятий, объединенных компаний

### Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Закон РФ "О средствах массовой информации" ♦ 2124-1,
2. Патентный закон РФ ♦ 3517-1
3. Закон РФ "О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных" ♦ 3523-1
4. Основы законодательства об Архивном фонде РФ и архивах ♦ 5341-1
5. Гражданский кодекс РФ N 230 Глава 70 "Авторское право"
6. Закон РФ "О государственной тайне" ♦ 5485-1
7. Федеральный закон "Об обязательном экземпляре документов" ♦ 77-ФЗ
8. Федеральный закон "О связи" ♦ 15-ФЗ
9. Федеральный закон "Об информации, информатизации и защите информации" ♦ 24-ФЗ
10. Федеральный закон "Об участии в международном информационном обмене" ♦ 5-ФЗ.
11. Отечественная и зарубежная практика доменных споров.
12. Понятие и виды сайтов.
13. Структура интернет-представительства организации
14. Корпоративные медиа (пресс-релизы, фотогалерея, интернет газета организации, отраслевой журнал, телепередача, радиопередача) поиск и фильтры.
15. Корпоративные блоги, форумы.
16. Календарь событий, каталог продукции.
17. Интернет-газета: представительское издание о жизни организации, рекламная газета для потребителей продукции организации.
18. Интернет-журнал: представительский, рекламный.
19. Телепередача: о новостях организации, о новостях города.
20. Лента новостей: раздел сайта, который выполняет функцию оперативного информирования внутренней и внешней среды организации.
21. Фотогалерея или фоторепортажи: раздел сайта, который выполняет функцию иллюстрирования мероприятий организации.
22. Радиопередача: о новостях организации, о новостях города.
23. Типы рекламных кампаний для продвижения интернет издания.
24. Особенности рекламы в Интернете.
25. Виды рекламы в интернете.
26. Медийная реклама.
27. Системы управления рекламой: что это такое?
28. Как выбирать таргетинг?
29. Контекстная реклама.
30. PR в интернете.
31. Представительство организации в социальных сетях.
32. Вирусный маркетинг.

33. Размещение рекламы в играх.
34. Оптимизация сайта для поисковых машин.
35. Тип целевой аудитории в интернете.
36. Принципы медиапланирования в сетевом корпоративном СМИ.
37. История современного рынка корпоративной прессы в России.
38. Возникновение корпоративных СМИ в современной России.
39. Этапы развития корпоративных СМИ.
40. Рынок корпоративных СМИ в цифрах.
41. Запуск корпоративного издания. Выбор подрядчика.
42. Тендер: документы, процедуры, эффективность.
43. Создание концепции корпоративного СМИ.
44. Рубрикатор и темплан корпоративного издания.
45. Особенности дизайна корпоративных СМИ.
46. Особенности распространения корпоративных изданий.
47. Как написать текст и продать его читателю.
48. Организация производственного процесса.
49. Журналистика в корпоративных СМИ.
50. Интересно подать материал.
51. Специфика и ограничения корпоративной прессы.
52. Заголовок и лид.
53. Как превратить корпоративную новость в сенсацию.
54. Взаимодействие редакции и корпорации: решение бизнес-задач, сбор и подготовка материалов, процесс согласования.
55. Отношения редакции с корпорацией.
56. Информационная безопасность.
57. Взаимодействие с руководителем корпорации.
58. Типы корпоративного кино.
59. Четыре группы фильмов: для внутреннего использования (внутрикорпоративное кино), для внешнего использования (рассчитаны на широкую аудиторию)
60. B2B (business to business - фильмы для бизнеса) и смежные (ориентированы на несколько групп).

#### **6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
<b>Семестр 9</b>			
<b>Текущий контроль</b>			
Реферат	Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты реферата оцениваются также ораторские способности.	1	15

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	20
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	3	15
<b>Экзамен</b>	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

### 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями и предоставленных доступов НЧИ КФУ;

- в печатном виде - в фонде библиотеки Набережночелнинского института (филиала) КФУ. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов библиотеки Набережночелнинского института (филиала) КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Корпоративная пресса в России - [http://www.barmashovks.ru/page95/kor\\_p/index.html](http://www.barmashovks.ru/page95/kor_p/index.html)

Корпоративные СМИ, или издания, которые стимулируют продажи - [http://krasprint.ru/likbez/corporate\\_media\\_increase\\_your\\_sales/](http://krasprint.ru/likbez/corporate_media_increase_your_sales/)

Попов В.П. Журналистика как 'четвертая власть' - [https://www.directmedia.ru/book\\_140936\\_jurnalistika\\_kak\\_chetvertaya\\_vlast/](https://www.directmedia.ru/book_140936_jurnalistika_kak_chetvertaya_vlast/)

Пресс-служба: специализированный журнал - <http://www.press-service.ru/>

РЫНОК КОРПОРАТИВНЫХ СМИ: РОССИЯ VS. ЕВРОПА - <http://adreport.ua/nondigital/prensa/22087.html>

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Лекционные занятия могут проводиться на платформе MS "Microsoft Teams" и других платформах. Необходимая информация размещается в личном кабинете студентов.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Практические занятия представляют особую форму сочетания теории и практики. Их назначение - углубление проработки теоретического материала предмета путем регулярной и планомерной самостоятельной работы студентов. Процесс подготовки к практическим занятиям включает изучение обязательной и дополнительной литературы по рассматриваемому вопросу. Непосредственное проведение практического занятия предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- индивидуальные выступления студентов с сообщениями по какому-либо вопросу изучаемой темы;</li> <li>- фронтальное обсуждение рассматриваемой проблемы, обобщения и выводы;</li> <li>- работу с тестами.</li> </ul> <p>При подготовке к практическим занятиям студентам рекомендуется: внимательно ознакомиться с тематикой практического занятия; изучить рекомендованную литературу; составить краткий план ответа на каждый вопрос практического занятия; проверить свои знания, отвечая на вопросы для самопроверки; если встретятся незнакомые термины, обязательно обратиться к словарю и зафиксировать их в тетради.</p> <p>Практические занятия развивают у студентов навыки самостоятельной работы по решению конкретных задач.</p> <p>Практические занятия могут проводиться на платформе MS "Microsoft Teams" и других платформах. Необходимая информация размещается в личном кабинете студентов.</p>
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;</li> <li>- выполнение заданий для самостоятельной работы;</li> <li>- изучение теоретического материала, а также основной и дополнительной литературы при подготовке к практическим занятиям, дискуссиям, написанию рефератов;</li> <li>- самостоятельное изучение отдельных вопросов, не рассматриваемых на практических занятиях;</li> <li>- подготовка к контрольным работам, тестированию;</li> <li>- самостоятельное изучение материалов Интернет-сайтов для выступления на практических занятиях.</li> </ul>
реферат	<p>Обучающиеся самостоятельно пишут реферат на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты оцениваются также ораторские способности.</p> <p>Заслушивание рефератов проходит на занятиях.</p> <p>При использовании ДОТ заслушивание рефератов осуществляется через команду созданную на платформе MS "Microsoft Teams" и других платформах.</p>
контрольная работа	<p>Контрольная работа разработана в десяти вариантах. Номер варианта определяется последней цифрой номера зачетной книжки студента. Каждый вариант включает в себя один теоретический вопрос и пять практических заданий. Для выполнения контрольной работы необходимо провести большую самостоятельную работу, которая включает в себя изучение учебников, учебных пособий, справочной литературы. Начинать подготовку к контрольной работе необходимо с изучения соответствующих глав учебников.</p> <p>Контрольная работа должна носить творческий характер. Примеры должны подбираться самостоятельно из художественной литературы. Материал должен излагаться четко, последовательно.</p> <p>Работа должна быть выполнена в ученической тетради. Объем контрольной работы - 15 страниц ученической тетради. При выполнении практических заданий необходимо пользоваться словарями и справочниками, чтобы проверить правильность их выполнения. В конце контрольной работы должен быть представлен список использованной литературы.</p> <p>Если контрольная работа возвращается студенту для доработки, необходимо представить первоначальный вариант с рецензией преподавателя.</p> <p>Проверка контрольной работы позволяет выявить и исправить допущенные студентами ошибки, указать, какие вопросы дисциплины ими недостаточно усвоены и требуют доработки. Студент должен внимательно ознакомиться с замечаниями преподавателя и приступить к их исправлению, для чего еще раз повторить соответствующий материал.</p> <p>В случае применения в образовательном процессе ДОТ обучающиеся выполняют контрольную работу в команде "Microsoft Teams" или иных ресурсах.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
тестирование	<p>Тестирование представляет собой средство контроля усвоения учебного материала темы или раздела дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися. Целью тестирования является формирование у студентов навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы.</p> <p>От студента требуется: владение, изученным в ходе учебного процесса, материалом.</p> <p>Тестирование - это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний.</p> <p>В тестовых заданиях в каждом вопросе - 4 варианта ответа, из них правильный только один.</p> <p>В случае применения в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий обучающиеся выполняют задания на следующих платформах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в команде "Microsoft Teams";</li> <li>- в Виртуальной аудитории.</li> </ul>
экзамен	<p>Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.</p> <p>В случае применения в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий обучающиеся сдают экзамен на платформе MS "Microsoft Teams" или иных ресурсах.</p>

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

#### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика" и профилю подготовки "не предусмотрено".

Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.5 Корпоративные средства массовой информации

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

**Основная литература:**

1. Морохин Н. В. Корпоративная журналистика : учебно-методическое пособие / Н. В. Морохин, М. А. Самоварова. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. - 25 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/144685>. - Текст : электронный.
2. Смеюха В. В. Интегрированные коммуникации: теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / В. В. Смеюха. - Ростов-на-Дону : РГУПС, 2016. - 123 с. - ISBN 978-5-88814-471-8. - URL : <https://e.lanbook.com/book/129326>. - Текст : электронный.
3. Горохов В.М. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / В.М. Горохов, Т.Э.Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>. - Текст : электронный.

**Дополнительная литература:**

1. Ловцов Д. А. Системология правового регулирования информационных отношений в инфосфере : монография / Д. А. Ловцов. - Москва : РГУП, 2016. - 316 с. - ISBN 978-5-93916-505-1. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195529>. - Текст : электронный.
2. Кормилицына М. А. Язык СМИ : учебное пособие / М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротина. - 5-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 92 с. - ISBN 978-5-9765-2185-8. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1145410>. - Текст : электронный.
3. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение : учебное пособие / С. Г. Корконосенко. - Москва : Логос, 2020. - 248 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-471-1. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213759>. - Текст : электронный.
4. Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б. Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 238 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0615-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058125>. - Текст : электронный.
5. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - 6-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2018. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-0825-5. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1145386>. - Текст : электронный.

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.5 Корпоративные средства массовой информации

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.