



«Корпоративные СМИ»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель курса- дать студентам основное представление о теории и практике создания корпоративных СМИ организации, создания также корпоративных Интернет СМИ.

При изучении дисциплины перед студентом стоят следующие **задачи освоения дисциплины: изучение** основных подходов к определению сущности корпоративной журналистики, роли корпоративных СМИ в формировании имиджа и репутации организации; исследование электронных корпоративных СМИ; развитие навыков проектирования и разработки корпоративных СМИ организации

2. Место дисциплины «Корпоративные СМИ» в структуре ОПОП.

Дисциплина «Корпоративные СМИ» относится к дисциплинам вариативной части и является дисциплиной по выбору (Б1.В.ДВ.5).

Приступая к изучению дисциплины «Корпоративные СМИ» студент должен знать: систему средств массовой информации; типологию средств массовой информации, их виды и принципы сегментирования, нормативную базу СМИ.

Студент должен уметь: ориентироваться в социальных проблемах журналистики; знать связи с общественностью; анализировать факторы социальных изменений. Студент должен владеть: журналистской и управленческой терминологией; навыками работы с людьми в коллективе; исследовательской работы с различными группами населения, уметь писать журналистские и ПР-тексты.

Изучение дисциплины «Корпоративные СМИ» должно способствовать формированию у студентов понимания необходимости и умения организовать внутренние СМИ организации, грамотно освещать деятельности организации, сотрудников и руководства.

Учебно-методический комплекс «Корпоративные СМИ» составлен с учетом межпредметных связей с такими дисциплинами, как введение в специальность, система СМИ, основы журналистской деятельности, что позволяет студентам более глубоко вникнуть в каждую из изучаемых тем и рассмотреть ту или иную общественную проблему с разных точек зрения и в разных плоскостях.

3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины «Корпоративные СМИ» обеспечивается формирование **профессиональных компетенций:**

способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3).

В результате изучения дисциплины «Корпоративные СМИ» студент *должен знать:* систему журналистских жанров, систему СМИ, типологические характеристики изданий, основные тенденции развития отечественной и зарубежной корпоративной журналистики.

В результате изучения дисциплины «Корпоративные СМИ» студент *должен уметь:* - оценивать эффективность корпоративных СМИ; создавать корпоративное издание или телерадиопрограмму; осуществлять диагностику корпоративных СМИ; организовывать работу основных и вспомогательных отделов редакции организации.

В результате изучения дисциплины «Корпоративные СМИ» студент *должен владеть*: основными концепциями журналистского творчества; навыками проектирования корпоративной политики изданий; определения взаимосвязи корпоративных СМИ при формулировании цели, миссии и стратегии организации

Результаты обучения (компетенции ФГОС)	Составляющие результатов обучения
Способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов (ПК-3)	Знать: знание общих и отличительных черт различных средств массовой информации (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильных медиа), их типов и видов, базовых типологических признаков
	Уметь: анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ (телевидении, радио, печати)
	Формируемые навыки: способностью ориентироваться в современной системе источников информации в целом и по отдельным отраслям знаний и сферам общественной практики, знанием и умением владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, умением использовать различные программные средства, базы данных, работать в Интернете и использовать его ресурсы, пользоваться поисковыми системами, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях

4. Структура учебной дисциплины «Корпоративные СМИ»

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины «Корпоративные СМИ» составляет пять зачетные единицы (180 часа), в т. ч. контактная работа обучающихся с преподавателем - лекционные занятия 34 часов, практические занятия -18 часов, форма контроля – экзамен, трудоемкость экзамена – 36 часов. Самостоятельная работа 76 часов.

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины «КорпоративныеСМИ» составляет пять зачетные единицы (180 часа), в т. ч. контактная работа обучающихся с преподавателем - лекционные занятия 2 часов, практические занятия -2 часов, форма контроля – экзамен, трудоемкость экзамена – 9 часов. Самостоятельная работа 151 час.