

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Факультет филологии и журналистики

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета



С. С. Худяков

«04» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.06.3 Деловая журналистика

Направление подготовки/специальность: 42.03.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Современные средства массовой информации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2022

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат филологических наук, Гуськова Светлана Владимировна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 524).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «20» июня 2022 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «04» июля 2022 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	16
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	18

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- редакторский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики деловой журналистики

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения									
		Очная (семестр)					Заочная (семестр)				
		3	4	5	6	7	3	4	5	6	7
1	Базовые медиаинструменты	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	Жанры и форматы журналистики			+					+		
3	Информационное телевидение					+					+
4	Как читать фотографию					+					+
5	Профессионально-ознакомительная практика		+					+			
6	Судебная журналистика					+					+
7	Теория и практика современной телевизионной журналистики				+					+	

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Деловая журналистика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика.

Дисциплина «Деловая журналистика» изучается в 7 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Контактная работа	32	8
Лекции (Лекции)	16	4
Практические (Практ. раб.)	16	4
Самостоятельная работа (СР)	40	60
Зачет	-	4

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Миссия и место деловой журналистики в системе СМИ	2	1	1	1	5	5	Собеседование
2	Типология деловой прессы. Целевая аудитория деловых изданий	2	-	1	-	5	5	Собеседование
3	Структура редакции делового медиа	2	1	4	1	5	10	Практическое задание
4	Структура контента делового медиа	2	1	2	1	5	10	Тестирование
5	Формат и жанры деловой журналистики	2	1	1	-	5	5	Опрос
6	Специальные проекты: рейтинги и региональные проекты	2	-	4	-	5	10	Презентация
7	Составление и редактирование контента в деловых медиа	2	-	1	-	5	5	Собеседование

8	Визуальное представление статистических данных	2	-	2	1	5	10	Тестирование
---	--	---	---	---	---	---	----	--------------

Тема 1. Миссия и место деловой журналистики в системе СМИ (ПК-1)

Лекция.

Сущность понятия «деловая журналистика».

Роль экономического фактора в возникновении и развитии деловой журналистики.

Комплекс феноменов, связанных с деловой журналистикой: деловая информация, информационные потребности предпринимательства, деловые СМИ, деловая пресса, качественная деловая пресса, деловые издания, деловая газета, экономическая публицистика и др.

Задачи деловой журналистики:

- анализ главных событий в стране и их влияние на деловую жизнь,
- обеспечение аудитории оперативной коммерческой информацией,
- распространение делового опыта,
- формирование делового бизнеса и др.

Функции деловых медиа: формирование общественного мнения, справочная, аналитическая, рекреативная, формирование делового медиапространства и др.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность понятия «деловая журналистика».
2. Задачи деловой журналистики.
3. Функции деловых медиа.

Задания для самостоятельной работы.

На основе предложенного делового медиа (газета, журнал, телеканал) провести классификацию контента по жанрам, тематике и рубрике.

Тема 2. Типология деловой прессы. Целевая аудитория деловых изданий (ПК-1)

Лекция.

Типология деловых печатных и электронных СМИ. Аудитория деловых изданий и ее типология.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем предпосылки становления экономической журналистики в мире?
2. Кого называют первым деловым журналистом? Вспомните фамилии других авторов и места их работы.
3. Расскажите о тенденциях развития деловой журналистики в Европе и США. Есть ли отличия?

Задания для самостоятельной работы.

На сайтах из выборки компаний и органов власти сделать выборку новостей и антиновостей. На основе информации с согласованным новостным поводом подготовить новостные заметки. Разобрать структуру новостей.

Тема 3. Структура редакции делового медиа (ПК-1)

Лекция.

Структура редакции делового медиа. Управление редакцией делового медиа. Плоская и пирамидальная структуры творческого коллектива редакции. Виды планов издания. Виды планерок и дедлайнов.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура редакции делового медиа.

2. Звено управление в редакции делового медиа.
3. Звено исполнения в редакции делового медиа.

Задания для самостоятельной работы.

Цель: разобрать структуру делового интервью. В предложенном контенте (газета, журнал, телеканал) найти интервью с тем или иным предпринимателем.

Задача — рассказать, что нового и интересного журналист смог донести о компании и о принципах управления компанией, какое видение бизнеса есть у предпринимателя–респондента, в чем оно состоит.

- 1) Рассказать, почему редакцией журнала был выбран именно этот рынок, именно эта компания и именно этот человек. Для этого найдите информацию о конкретном рынке (объемы рынка в год, темпы роста рынка, главные фирмы – участники рынка, события на рынке и т. д.). Найдите дополнительную информацию о компании.
- 2) Разобрать типы вопросов, использованные в интервью:
 - вопросы для размышления,
 - вопросы–провокации,
 - поддерживающие вопросы и комментарии,
 - вопросы–реплики,
 - вопросы–возражения,
 - вопросы–парафразы.
- 3) Разобрать интервью по главам: основная идея каждой главы, какие дополнительные вопросы вы бы задали к каждой из них.
- 4) Придумать новый заголовок к материалу.

Тема 4. Структура контента делового медиа (ПК-1)

Лекция.

Типовой рубрикатор делового издания: новостной блок, главные темы, экономика, финансы, бизнес, политика, наука и технологии, общество и культура, специальные проекты, индикаторы, колонки. Принципы модификации рубрикаторов. «Жесткость» макета. Требования к стилю (формату) и контенту делового медиа. Неангажированность, работа на целевую аудиторию.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы модификации рубрикаторов в деловом издании.
2. Требования к стилю (формату) и контенту делового медиа.
3. Работа делового издания на целевую аудиторию.

Задания для самостоятельной работы.

Цель — на предложенных примерах раскрыть структуру рейтинга, из группы материалов предложить собственный контент специального отраслевого проекта, подкрепленного рейтингом.

Цель — сформировать собственный контент одного выпуска специального регионального проекта.

Задание — на предложенных примерах провести качественный анализ «оболочки» контента, провести анализ подготовки визуальных элементов представления данных.

Тема 5. Формат и жанры деловой журналистики (ПК-1)

Лекция.

Формат деловых медиа. Жанрообразующие факторы: факт, событие, процесс, личность. Обзор жанров журналистики, используемых в деловых медиа: новостная журналистика, аналитическая (статьи, обзоры), корреспондентская, репортажная, интерактивная (интервью). Специфика жанров, их синтезирование. Критерии выбора жанра при подготовке материала. Особенности сбора информации для разных жанров. Применимость жанров для подготовки материалов по тематикам. Соотнесение жанров и рубрикатора.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Жанрообразующие факторы в деловом издании.
2. Жанры деловой журналистики.
3. Критерии выбора жанра при подготовке материала.
4. Особенности сбора информации для разных жанров.
5. Рубрикация в деловом издании.

Задания для самостоятельной работы.

Проанализировать жанровую структуру предложенного делового издания.

Тема 6. Специальные проекты: рейтинги и региональные проекты (ПК-1)

Лекция.

Рейтинги и рэнкинги: различия, особенности. Применимость в деловом медиа: сферы экономического развития и развития субъектов экономики. Источники информации и требования к ней. Типовая методика ранжирования. Проблемы: открытость информации, сопоставимость данных. Трансформация рейтингов в специальные проекты — причины, способы формирования контента, структура проектов.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Рейтинги и рэнкинги: различия, особенности.
2. Источники информации и требования к ней в деловом издании.
3. Трансформация рейтингов в специальные проекты (причины, способы формирования контента, структура проектов).

Задания для самостоятельной работы.

Проанализировать рейтинг, ориентированный на деловое издание.

Тема 7. Составление и редактирование контента в деловых медиа (ПК-1)

Лекция.

Правила написания и редактирования текстов. Взаимоотношения редактора и журналиста.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие правила существуют для написания и редактирования текстов для делового издания?
2. Как выстраиваются взаимоотношения редактора и журналиста в деловом издании?

Задания для самостоятельной работы.

Предложить контент для делового издания (тематика издания — по выбору студента).

Тема 8. Визуальное представление статистических данных (ПК-1)

Лекция.

Типы сравнения данных, типы графиков. Требования к графикам и диаграммам. Обязательные элементы графика. Правила построения графиков. Технические особенности построения. Типичные ошибки визуализации данных. Важность выбора шкалы.

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

1. Требования к графикам и диаграммам в деловом издании.
2. Правила построения графиков и диаграмм.

Задания для самостоятельной работы.

Построить график или диаграмму, ориентированные на деловое издание.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Миссия и место деловой журналистики в системе СМИ	Собеседование	5	<p>5 баллов – студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; демонстрирует усвоение всего объема программного материала по теме; аргументированно отвечает на вопросы преподавателя и свободно использует в ответах терминологию.</p> <p>4 балла - студент знает весь изученный материал; допускает несущественные ошибки при ответах на вопросы преподавателя; при ответах уверенно использует терминологию.</p> <p>3 балла – студент обнаруживает фрагментарное знание основного материала;</p> <p>испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных вопросов преподавателя.</p> <p>2 балла – студент демонстрирует фрагментарное усвоение материала; не владеет терминологией.</p> <p>Балл не начисляется, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но, все же, большая часть не усвоена.</p>
2.	Типология деловой прессы. Целевая аудитория деловых изданий	Собеседование	5	<p>5 баллов – студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; демонстрирует усвоение всего объема программного материала по теме; аргументированно отвечает на вопросы преподавателя и свободно использует в ответах терминологию.</p> <p>4 балла - студент знает весь изученный материал; допускает несущественные ошибки при ответах на вопросы преподавателя; при ответах уверенно использует терминологию.</p> <p>3 балла – студент обнаруживает фрагментарное знание основного материала;</p> <p>испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных вопросов преподавателя.</p> <p>2 балла – студент демонстрирует фрагментарное усвоение материала; не владеет терминологией.</p> <p>Балл не начисляется, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но, все же, большая часть не усвоена.</p>

3.	Структура редакции делового медиа	Практическое задание	15	<p>14-15 баллов – студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; демонстрирует усвоение всего объема программного материала по теме; аргументированно отвечает на вопросы преподавателя при защите презентации и свободно использует в ответах терминологию.</p> <p>11-13 баллов - студент знает весь изученный материал; допускает несущественные ошибки при ответах на вопросы преподавателя; при ответах уверенно использует терминологию.</p> <p>6-10 баллов – студент обнаруживает фрагментарное знание основного материала; испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных вопросов преподавателя.</p> <p>3-5 баллов – студент демонстрирует фрагментарное усвоение материала; не владеет терминологией.</p> <p>Балл не начисляется, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но, все же, большая часть не усвоена.</p>
4.	Структура контента делового медиа	Тестирование(контрольный срез)	10	<p>10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте</p> <p>6 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 30% правильных ответов баллов не дает.</p>
5.	Формат и жанры деловой журналистики	Опрос	5	<p>5 баллов – студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; демонстрирует усвоение всего объема программного материала по теме; аргументированно отвечает на вопросы преподавателя и свободно использует в ответах терминологию.</p> <p>4 балла - студент знает весь изученный материал; допускает несущественные ошибки при ответах на вопросы преподавателя; при ответах уверенно использует терминологию.</p> <p>3 балла – студент обнаруживает фрагментарное знание основного материала;</p> <p>испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных вопросов преподавателя.</p> <p>2 балла – студент демонстрирует фрагментарное усвоение материала; не владеет терминологией.</p> <p>Балл не начисляется, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но, все же, большая часть не усвоена.</p>

6.	Специальные проекты: рейтинги и региональные проекты	Презентация	15	<p>14-15 баллов – студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; демонстрирует усвоение всего объема программного материала по теме; аргументированно отвечает на вопросы преподавателя при защите презентации и свободно использует в ответах терминологию; технически грамотно представляет информацию в презентации.</p> <p>11-13 баллов - студент знает весь изученный материал; допускает несущественные ошибки при ответах на вопросы преподавателя; при ответах уверенно использует терминологию; технически грамотно представляет информацию в презентации.</p> <p>6-10 баллов – студент обнаруживает фрагментарное знание основного материала; испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных вопросов преподавателя; презентация обнаруживает невысокую техническую грамотность.</p> <p>3-5 баллов – студент демонстрирует фрагментарное усвоение материала; не владеет терминологией; не может технически грамотно подготовить презентацию.</p> <p>Балл не начисляется, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но, все же, большая часть не усвоена.</p>
7.	Составление и редактирование контента в деловых медиа	Собеседование	5	<p>5 баллов – студент не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; демонстрирует усвоение всего объема программного материала по теме; аргументированно отвечает на вопросы преподавателя и свободно использует в ответах терминологию.</p> <p>4 балла - студент знает весь изученный материал; допускает несущественные ошибки при ответах на вопросы преподавателя; при ответах уверенно использует терминологию.</p> <p>3 балла – студент обнаруживает фрагментарное знание основного материала;</p> <p>испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных вопросов преподавателя.</p> <p>2 балла – студент демонстрирует фрагментарное усвоение материала; не владеет терминологией.</p> <p>Балл не начисляется, если у студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но, все же, большая часть не усвоена.</p>
8.	Визуальное представление статистических данных	Тестирование(контрольный срез)	10	<p>10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте</p> <p>6 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 30% правильных ответов баллов не дает.</p>
9.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде по филологии – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20

10.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
11.	Итого за семестр	70	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 5. Формат и жанры деловой журналистики

Вопросы для обсуждения:

1. Жанрообразующие факторы в делом издании.
2. Жанры деловой журналистики.
3. Критерии выбора жанра при подготовке материала.
4. Особенности сбора информации для разных жанров.
5. Рубрикация в делом издании.

Практическое задание

Тема 3. Структура редакции делового медиа

Практическая работа

Цель: разобрать структуру делового интервью. В предложенном контенте (газета, журнал, телеканал) найти интервью с тем или иным предпринимателем.

Задача — рассказать, что нового и интересного журналист смог донести о компании и о принципах управления компанией, какое видение бизнеса есть у предпринимателя–респондента, в чем оно состоит.

1) Рассказать, почему редакцией журнала был выбран именно этот рынок, именно эта компания и именно этот человек. Для этого найдите информацию о конкретном рынке (объемы рынка в год, темпы роста рынка, главные фирмы – участники рынка, события на рынке и т. д.). Найдите дополнительную информацию о компании.

2) Разобрать типы вопросов, использованные в интервью:

- вопросы для размышления,
- вопросы–провокации,
- поддерживающие вопросы и комментарии,
- вопросы–реплики,
- вопросы–возражения,
- вопросы–парафразы.

3) Разобрать интервью по главам: основная идея каждой главы, какие дополнительные вопросы вы бы задали к каждой из них.

4) Придумать новый заголовок к материалу.

Презентация

Тема 6. Специальные проекты: рейтинги и региональные проекты

Презентация

Презентация подготавливается по итогам создания одного медиапроекта делового издания.

Аудитории презентуется издание.

При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

Собеседование

Тема 1. Миссия и место деловой журналистики в системе СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность понятия «деловая журналистика».
2. Задачи деловой журналистики.
3. Функции деловых медиа.

Тема 2. Типология деловой прессы. Целевая аудитория деловых изданий

Вопросы для обсуждения:

1. В чем предпосылки становления экономической журналистики в мире?
2. Кого называют первым деловым журналистом? Вспомните фамилии других авторов и места их работы.
3. Расскажите о тенденциях развития деловой журналистики в Европе и США. Есть ли отличия?

Тема 7. Составление и редактирование контента в деловых медиа

Вопросы для обсуждения:

1. Какие правила существуют для написания и редактирования текстов для делового издания?
2. Как выстраиваются взаимоотношения редактора и журналиста в деловом издании?

Тестирование

Тема 4. Структура контента делового медиа

Тест состоит из 10 вопросов, направленных на контроль и проверку знаний.

1. Задачи медиапланирования вытекают из целей:

1. маркетинга

2. рекламы
3. логистики
4. медиапланирования
5. создания медиаплана

2. Этапом подготовки рекламной кампании является:

1. изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. создание и вывод на рынок нового товара
3. составление медиаплана
4. выделение рекламного бюджета
5. разработка слогана

3. Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять:

1. медиа-микс
2. Стратегию «Одного СМИ»
3. BTL
4. MAX-media
5. Mix communication (стратегия ИМК)

4. Реклама, PR, сэйлз промоушн, прямой маркетинг являются элементами:

1. интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. масс-медиа
3. производства продукции
4. брендинга
5. только западной экономической культуры

5. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс

в медиапланировании?

1. относительной дешевизной
2. усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения
3. увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей
4. уменьшением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей
5. всеобщим трендом сегодняшнего дня

6. Блиц-паттерн, паттерн известности, клин-паттерн используются для:

1. выведения товаров на рынок
2. увеличения сезонных продаж
3. вывода товаров с рынка
4. целей медиапланирования
5. завершения рекламной кампании

Тема 8. Визуальное представление статистических данных

Тест состоит из 10 вопросов, направленных на контроль и проверку знаний.

1. Задачи медиапланирования вытекают из целей:

1. маркетинга
2. рекламы
3. логистики
4. медиапланирования
5. создания медиаплана

2. Этапом подготовки рекламной кампании является:

1. изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций
2. создание и вывод на рынок нового товара
3. составление медиаплана

4. выделение рекламного бюджета

5. разработка слогана

3. Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять:

1. медиа-микс

2. Стратегию «Одного СМИ»

3. BTL

4. MAX-media

5. Mix communication (стратегия ИМК)

4. Реклама, PR, сэйлз промоушн, прямой маркетинг являются элементами:

1. интегрированных маркетинговых коммуникаций

2. масс-медиа

3. производства продукции

4. брендинга

5. только западной экономической культуры

5. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс

в медиапланировании?

1. относительной дешевизной

2. усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения

3. увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей

4. уменьшением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей

5. всеобщим трендом сегодняшнего дня

6. Блиц-паттерн, паттерн известности, клин-паттерн используются для:

1. выведения товаров на рынок

2. увеличения сезонных продаж

3. вывода товаров с рынка

4. целей медиапланирования

5. завершения рекламной кампании

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-1)

1. Этапы развития российских деловых СМИ.

2. Рынок деловой журналистики.

3. Аспекты и структура информационного рынка.

4. Социально-экономические факторы развития мировой и российской медиаиндустрии.

5. Этика деловой журналистики

6. История развития деловых СМИ в России.

7. В чем специфика работы журналиста делового издания.

8. Основные жанры, с которыми работает журналист в бизнес-СМИ.

9. Развитие электронных деловых СМИ в России.

10. Деловое издание и его владельцы.

11. Аудитория деловой журналистики.

12. Этический кодекс журналиста. Деловой этикет.

13. Практика работы с источниками информации в деловой журналистике.

14. Деловое телевидение. Основные тенденции и проблемы развития в России.

15. Деловые СМИ: проблема классификации.

16. Язык и стиль деловой журналистики.

Типовые задания для зачета (ПК-1)

Создать модель делового печатного издания.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-1	В полном объеме владеет нормами русского литературного языка; способен осуществлять авторскую деятельность в соответствии с этими нормами.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-1	Не владеет нормами русского литературного языка; способен осуществлять авторскую деятельность в соответствии с этими нормами.

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

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Амиров В. М. Деловая журналистика : учебное пособие. - 2-е изд., стер.. - Москва: Флинта|Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018. - 101 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482093>
2. Ларина, А. В. Деловая журналистика : конспект лекций. - 2031-02-04; Деловая журналистика. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. - 84 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/102902.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Левитин К.Е. Научная журналистика как составная часть знаний и умений любого ученого. - М.: АНО "Журнал "Экология и жизнь", 2012. - 304 с.
2. Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н. Введение в профессию: журналистика : Учебное пособие для вузов. - 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 190 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/456349>
3. Мисонжников Б.Я., Тепляшина А.Н. Журналистика : введение в профессию : учеб. пособие для бакалавров и специалистов. - СПб. [и др.]: Питер, 2014. - 265 с.
4. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 446 с.
5. Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 240 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451993>
6. Нургожина, Ш. И. Аналитическая журналистика : методическая разработка для студентов университетов, обучающихся по специальности «журналистика». - 2024-05-23; Аналитическая журналистика. - Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. - 79 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/61148.html>
7. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество : Учеб. пособие для курсов "Основы журналистики" и "Основы творческой деятельности журналиста". - М.: Изд-во "РИП-холдинг", 2005. - 221 с.
8. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие. - 3-е изд., стер.. - Москва: Флинта, 2017. - 129 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>

6.3 Иные источники:

1. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>
2. Журнал "Журналист" - <https://jrnlst.ru>
3. Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования - www.mediascope.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных 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.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Adobe Flash Player 29 NPAPI

Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Polpred.com Обзор СМИ (электронный архив публикаций информагентств). – URL: <https://polpred.com>
2. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
3. Журнал «Социологические исследования». – URL: <http://socis.isras.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.