

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Документ подписан: 22.04.2024 10:20:21
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины
Журналистика в бизнес-коммуникациях**

Направление 42.04.02 Журналистика
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес- коммуникации"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Журналистика**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	12	12	12	12
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	71	71	71	71
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): к.соц.н., Зуева Е.А.

Зав. кафедрой: д.филол.н., профессор Клемёнова Е.Н.

Методическим советом направления: д.ф.н., Професор, Куликова Э.Г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Целью изучения дисциплины является формирование у студентов системного представления о деловой коммуникации в журналистике как средстве сотрудничества, взаимодействия, достижения целей личностных и профессиональных; формирования представления о том, что культура деловой коммуникации содействует установлению конструктивных деловых связей, развитию лидерских и коммуникативных качеств журналиста; усвоению норм деловой этики и делового поведения, принятых в профессиональном журналистском сообществе.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: способен анализировать тенденции развития деловой прессы и представлять актуальную информацию в сфере экономики и бизнеса

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

систему и тенденции развития деловой прессы России(соотнесено с индикатором ПК-5.1)

Уметь:

проводить многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере бизнес-коммуникации(соотнесено с индикатором ПК-5.2)

Владеть:

навыками разработки всех компонентов концепции делового издания(соотнесено с индикатором ПК-5.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Ресурсы деловых коммуникаций				
1.1	Корпоративная культура организации. Имидж делового человека. Деловая коммуникация в системе КК. Понятие и сущность деловой коммуникации. Виды и формы. /Лек/	3	4	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.2	Ресурсы деловых коммуникаций: вербальные и невербальные ресурсы, личностные ресурсы, среда как ресурс. /Лек/	3	4	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.3	Корпоративная культура организации. Имидж делового человека. Деловая коммуникация в системе КК. Понятие и сущность деловой коммуникации. Виды и формы. /Пр/	3	4	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.4	Вербальные ресурсы деловой коммуникации, личностные ресурсы. /Пр/	3	2	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.5	Невербальные ресурсы деловой коммуникации, среда как ресурс. /Пр/	3	2	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
1.6	Подбор и реферирование литературы по проблемам деловой коммуникации в журналистике /Ср/	3	32	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
	Раздел 2. Форматы деловых коммуникаций в журналистике				
2.1	Форматы деловых коммуникаций: публичное выступление, деловая беседа, совещание, переговоры, деловая переписка и др. /Лек/	3	2	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.2	Деловая этика, этикет и культура в сфере деловых коммуникаций в журналистике. /Лек/	3	2	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.3	Тренинг «Публичное выступление в деловой коммуникации» /Пр/	3	4	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.4	Деловая переписка: традиции и новаторство. /Пр/	3	4	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5

2.5	Деловая этика, этикет и культура в сфере деловых коммуникаций в журналистике. /Ср/	3	20	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.6	Подбор и анализ кейсов по теме «Деловая этика, этикет и культура в сфере деловых коммуникаций в журналистике». /Ср/	3	19	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5
2.7	/Экзамен/	3	9	ПК-5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Лэйхифф Д. М., Пенроуз Д. М.	Бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2001	98
Л1.2	Немец, Г. Н.	Бизнес-коммуникации. Практикум. Тесты: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008	http://www.iprbookshop.ru/9774.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Качкаева А. Г., Шомова С. А., Мирошниченко А. А., Лапина-Кратасюк Е. Г.	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Кузнецова, Е. В.	Деловые коммуникации: учебно-методическое пособие	Саратов: Вузовское образование, 2017	http://www.iprbookshop.ru/61079.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Царегородцев Ю. Н.	Методы разработки управленческих решений. Речевые коммуникации в управлении. Деловые коммуникации. Выпуск 8: Глоссарий	Москва: Московский гуманитарный университет, 2014	http://www.iprbookshop.ru/39688.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Захарова, И. В.	Деловые коммуникации: практикум	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019	http://www.iprbookshop.ru/86469.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Чернышова Л. И., Тюриков А. Г.	Деловые коммуникации: учеб.	М.: КНОРУС, 2019	15

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.6		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика: журнал	Москва: Московский Государственный Университет, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600836 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ИСС «КонсультантПлюс»
2. ИСС «Гарант» http://www.internet.garant.ru/
3. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – https://yandex.ru/news/smi
4. Ведомости – https://www.vedomosti.ru/
5. ВЦИОМ – https://www.wciom.ru/
6. Журналист – https://jmlst.ru/
7. Международная федерация журналистов – https://www.ifj.org/
8. Международная федерация периодических СМИ – https://www.fipp.com/
9. Новая газета – https://novayagazeta.ru/
10. Профиль – https://profile.ru/
11. Российская газета – https://rg.ru/
12. ТАСС – https://tass.ru/
13. Фонд Общественное Мнение – https://fom.ru/
14. Центр журналистских технологий – http://www.cjt.nnov.ru/index.htm
15. Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. – http://www.e-disclosure.ru/
16. Эксперт – https://expert.ru/

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор, экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-5: способен анализировать тенденции развития деловой прессы и представлять актуальную информацию в сфере экономики и бизнеса			
Знать: систему и тенденции развития деловой прессы России	готовиться к практическим лекционным занятиям, готовить конспекты с использованием ссылок на рекомендованную основную и дополнительную литературу, анализировать и отбирать информацию из интернет-источников и баз данных	к полные, содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала и привлечение ссылок на основную и дополнительную литературу в ходе ответа и умение приводить примеры;	ВЭ (вопросы 1-43), Р (темы 1-8)
Уметь: проводить многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере бизнес-коммуникации	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, курсовой работы, систематизировать собранную и отобранную	соответствие цели, теме, проблеме исследования, проекта, задания; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение аргументировано отстаивать свою позицию в курсовой работе; умение	ВЭ (вопросы 1-43); Р (темы 1-8); К-3 (задание 1-3); ТЗ

	<p>информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМ</p>	<p>корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке к реферату, подготовке исследования, курсовой работе; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз данных</p>	<p>(вопросы 1-24)</p>
<p>Владеть: навыками разработки всех компонентов концепции делового издания.</p>	<p>искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, курсовой работы; систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ; проводить и оформлять</p>	<p>достижение цели и раскрытие темы, проблемы исследования, проекта, задания; умение приводить примеры из реальной медиапрактики; аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке исследования, творческого задания, проекта; корректное оформление исследования, задания, проекта в соответствии с техническим заданием и поставленной целью, с использованием творческого потенциала (креативностью)</p>	<p>ВЭ (вопросы 1-43); К-3 (задание 1-3); Э (темы 1-4)</p>

	исследование по журналистике с использованием специализированных методов (типология журналистики)		
--	---	--	--

* ВЭ – вопросы к экзамену; ТЗ – тестовое задание; К-З – кейс-задача, Э – эссе, Р – реферат.

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

Вопросы к экзамену

по дисциплине *Журналистика в бизнес-коммуникациях*

1. Цели и задачи курса.
2. Базовые определения и понятия: коммуникация, общение, коммуникативное взаимодействие, коммуникативное действие.
3. Понятие деловой коммуникации: отличительные особенности и ограничения. Критерии эффективности деловой коммуникации.
4. Корпоративная культура организации. Деловая коммуникация в системе корпоративной культуры. Внешние и внутренние деловые коммуникации. Процесс управления коммуникациями.
5. Стили деловой коммуникации: ритуальный, демократический, манипулятивный.
6. Вербальные ресурсы деловых коммуникаций.
7. Невербальные ресурсы деловых коммуникаций.
8. Личностные ресурсы деловой коммуникации. Структура имиджа делового человека.
9. Среда как ресурс деловой коммуникации.
10. Деловая этика, этикет и культура в сфере деловых коммуникаций в журналистике.
11. Средства установления контакта. Навыки активного (рефлексивного) слушания, рекомендации по активному слушанию.
12. Виды и функции вопросов в деловой коммуникации, закрытые и открытые вопросы.
13. Техники распознавания состояния и индивидуально-психологических особенностей партнера. Коммуникативные типы деловых партнеров.
14. Аргументация в деловой коммуникации. Способы аргументации.
15. Искажения информации и коммуникативные барьеры, способы их преодоления.

16. Форматы устной коммуникации в деловой сфере. Принципы эффективной устной коммуникации журналиста.
17. Письменная коммуникация в деловой сфере. Принципы эффективной письменной коммуникации журналиста.
18. Основные формы и правила оформления деловой письменной коммуникации (на конкретных примерах).
19. Требования к деловой переписке журналиста.
20. Социально-экономические факторы развития мировой и российской медиаиндустрии.
21. Журналистская бизнес-информация как товар.
22. Параметры информационного богатства рынка деловой журналистики.
23. Особенности производства журналистской информации и формы представления ее на рынок.
24. Закономерности формирования информационного рынка.
25. Аспекты и структура информационного рынка.
26. Инвестиционные возможности на информационном рынке.
27. Рынок идей, материалов, технических и людских ресурсов для производства СМИ.
28. Сегменты информационного рынка и позиционирование СМИ на информационном рынке.
29. Типология СМИ, присутствующих на информационном рынке.
30. Деловые СМИ. Спрос и предложение на медиарынке.
31. Рынок покупателей деловой информации. Современные тенденции развития газетно-журнального рынка.
32. Экономические особенности деловой журнальной индустрии.
33. Национальные особенности российского рынка деловой прессы.
34. Аудитория деловой журналистики.
35. Типология деловой журналистики.
36. Жанровые разновидности деловой журналистики. Методика журналистской работы.
37. Язык и стиль деловой журналистики.
38. Деловое издание и его владельцы: цели и срок жизни делового издания.
39. Журналист делового издания: требования, квалификация, подготовка.
40. Деловой раздел в отраслевом, общественно-политическом, общественном издании: инородный раздел, необходимое дополнение, основной раздел.
41. Издания для частных инвесторов. Популярные полосы и вкладки, деловые консультации.
42. Регионализация деловой прессы.
43. Типовое практическое задание: на примере выбранного Вами примера, характеризующего особенности деловой коммуникации в журналистике, проанализируйте ситуацию делового общения, участником которой является российский журналист, по следующей схеме: определите его коммуникативную цель, охарактеризуйте особенности коммуникативного поведения. Как в данной ситуации характеризуется его языковая личность? Соблюдает ли он этико-речевые нормы? Какие особенности невербальной коммуникации Вы можете назвать?

К комплекту экзаменационных билетов прилагаются разработанные преподавателем и утвержденные на заседании кафедры критерии оценивания по дисциплине.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 100.

100-84 балла (оценка «отлично») – ответы на вопросы верны; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение конкретных примеров из современной медиапрактики;

83-67 баллов (оценка «хорошо») – ответ на вопрос верный, но с отдельными погрешностями и ошибками, уверено исправленными после дополнительных вопросов; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение примеров из современной медиапрактики;

66-50 баллов (оценка «удовлетворительно») – ответ на вопрос частично верный, продемонстрирована некоторая неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, студент не может привести примеров из современной медиапрактики;

49-0 баллов (оценка «неудовлетворительно») – ответ на вопрос не верен, продемонстрирована неуверенность и неточность ответа на дополнительные и наводящие вопросы.

Темы рефератов

1. Деловая журналистика как особое направление журналистики.
2. Специфика бизнес-моделей деловых СМИ
3. Особенности развития сетевых бизнес СМИ.
4. Источники получения информации для публикаций по деловой журналистике.
5. Методы проверки информации в бизнес-журналистике.
6. Анализ в публикациях деловой журналистики.
7. Современные российские деловые журналы.
8. Ведущие мировые бизнес-издания: содержательная модель.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

20-18 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора подкреплены содержательным анализом; допускается присутствия в тексте грамматических и стилистические ошибок (не более 2); соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; работа оформлена согласно правилам;

17-10 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора содержат элементы анализа; но в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (не более 5), при этом соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; наблюдаются проблемы с оформлением работы;

9-7 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, но не до конца раскрыта, рассуждения автора поверхностны и не содержат элементов анализа; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 5), но соблюдены структура повествования и логика изложения мысли;

6-4 баллов - тема работы частично не совпадает с предложенной преподавателем, присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 10), нарушены структура повествования и логика изложения мысли;

3-1 балла - тема работы не совпадает с предложенной преподавателем; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 15), отсутствуют структура повествования и логика изложения мысли;

0 баллов - задание преподавателя не выполнено; в выполненном задании обнаруживаются следы плагиата.

Темы эссе

1. Моя профессия — редактор телеканала;
2. Моя профессия - корреспондент делового журнала;
3. Моя профессия - директор информационного агентства;
4. Моя профессия - начальник отдела маркетинга и рекламы медиахолдинга «Национальная МедиаГруппа».

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 30.

30-25 баллов выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием обществоведческих терминов и понятий в контексте ответа; предоставлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт.

24-19 баллов выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта с корректным использованием обществоведческих терминов и понятий в контексте ответа (теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются); представлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт.

18-10 баллов выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта при формальном использовании обществоведческих терминов; представлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт без теоретического обоснования.

9-0 баллов выставляется студенту, если не представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы, проблема раскрыта на бытовом уровне; аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы.

Комплект тестовых заданий

Модуль 1. Ресурсы деловых коммуникаций

Вариант 1

Задание 1. Дайте определение термину. журналистская информация –

Задание 2. Почему журналистика является производством?

Задание 3. Что является продукцией этого производства?

Задание 4. Как она становится товаром, и в каком виде выходит на рынок?

Задание 5. Что такое средства массовой информации?

Задание 6. Чем и почему различается журналистская информация, доставляемая на рынок различными СМИ?

Вариант 2

Задание 1. Как происходит процесс обмена между производителями журналистской информации и ее потребителями?

Задание 2. Что такое информационный рынок и когда он возникает?

Задание 3. Каковы законы развития информационного рынка?

Задание 4. Что такое ресурсный рынок и что он включает?

Задание 5. Какие источники финансовых средств могут найти руководители редакций на финансовом рынке?

Задание 6. Что приобретают на рынке рабочей силы (труда) и от чего зависит ситуация на нем?

Модуль 2. Форматы деловых коммуникаций в журналистике.

Вариант 1

Задание 1. Что покупают и продают на издательском рынке?

Задание 2. Какие товары представлены на техническом рынке?

Задание 3. Чем регулируется ситуация на рынке бумаги и других материалов?

Задание 4. Что такое рынок продавцов и рынок покупателей?

Задание 5. Что входит в среду, в которой совершается обмен на рынке?

Задание 6. Какова структура рынка информации и идей?

Вариант 2

Задание 1. Чем определяется конъюнктура на рынке рекламной информации?

Задание 2. Какие аспекты рынка периодических изданий вы знаете?

Задание 3. На какие секторы разделяется территориальный рынок?

Задание 4. Какова структура рынка покупателей?

Задание 5. В чем различие мотивации выбора товара на информационном рынке?

Задание 6. Каковы перспективы развития рынка покупателей электронной информации?

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

20-19 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.

18-14 баллов, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.

13-10 баллов, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.

9-0 баллов, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, или если правильно выполнил менее половины работы.

Кейс-задача

Задания:

- Найдите следующие примеры элементов дизайна в печатных периодических изданиях: 1. первая полоса; 2. выходные сведения; 3. колонтитул; 4. дополнительные цвета.

К каждому пункту подобрать минимум 5 примеров;

- Придумайте дополнительную статью доходов для печатного и электронного СМИ;

- Проанализируйте СМИ по критериям:

1. Позиционирование издания
2. Аудитория
3. Возможности продвижения издания на рынок.
4. Конкурентные издания.
5. Маркетинговые прогнозы.
6. Методы маркетинга, используемые изданием.
7. Реклама издания.
8. Структура службы маркетинга издания.
9. Дотации.
10. Спонсирование издания.
11. Структура бюджета и баланса.
12. Общередакционные расходы.
13. Издательские расходы.
14. Структура тиража издания.
15. Рекламная политика издания.
16. Приложения издания.
17. Коммерческая деятельность издания.
18. Направления ценовой политики редакции.
19. Пример редакционного бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках.
20. В общем виде структура редакционного бюджета со всеми его статьями;

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 30.

30-27 баллов – кейс–задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент(ы) приводит (подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему(ы) и причины ее (их) возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации;

26-18 баллов – кейс–задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) не приводит (не подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены;

17-9 баллов - кейс–задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения;

8-0 баллов – кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются общетеоретические вопросы искусствоведения, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки анализа художественных произведений разных жанров и видов

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспект лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические рекомендации по оформлению и реферата:

1. **Текст** работы должен быть распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой односторонней бумаги (формата А4) через два интервала (1,5 интервала в текстовом процессоре LibreOffice Writer). Шрифт Times New Roman (кегель 14). Размер левого поля 30 мм, правого – 10,5 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Поля слева оставляют для переплета, справа – для того, чтобы в строках не было неправильных переносов. При таких полях каждая страница текста содержит

приблизительно 1800 знаков (30 строк по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак). Текст выравнивается по ширине.

Все страницы нумеруются начиная с титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в середине верхнего поля страницы.

Каждая глава начинается с новой страницы. Это правило относится к другим основным структурным частям работы: Введение, Заключение, Библиографическому списку, Приложение.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно двум интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Расстояния между основаниями строк заголовка принимают такими же, как и в тексте. Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Не допускается подчеркивание заголовков и перенос слов в заголовке.

Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзацным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Таблицы, рисунки, чертежи, графики, фотографии как в тексте работы, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210x297 мм (формат А – 4). Подписи и пояснения к фотографиям, рисункам помещаются с лицевой стороны.

Рукопись, рисунки, фотографии должны быть без пометок, карандашных исправлений, пятен и загибов, не допускаются набивка буквы на букву и дорисовка букв чернилами. Количество исправлений должно быть не более пяти на страницу и вноситься от руки чернилами черного цвета.

2. Главы и параграфы должны быть пронумерованы, что позволит составить *«Содержание»* работы. Для этого используются арабские цифры, прописные и строчные буквы в сочетании с делением на абзацы. В последнее время входит «в моду» чисто цифровая нумерация, когда самые крупные части нумеруются одной цифровой, их подразделы – двумя цифрами: номером части и номером раздела (н а п р и м е р, раздел 2.1), параграфы – тремя цифрами (2.1.3). Такая система допускается отсутствие слов «часть», «раздел», «глава», «параграф».

3. *Библиографический аппарат* – весьма сложная часть работы. Во-первых, это ценное указание на источники по теме исследования для тех, кто будет читать работу; во-вторых, он позволяет судить о научной культуре автора, глубине его проникновения в тему и этичности его позиции по отношению к авторам используемых источников.

Библиографические описания в списках должны быть составлены в соответствии со следующими ГОСТами:

1. ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

2. ГОСТ 7-82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

3. ГОСТ 7.0.12-2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний в русском языке. Общие требования и правила».

