



«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

Декан факультета журналистики
_____/Ю.В. Шуйская/
«19» декабря 2024 г.

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Корпоративная журналистика». Направление подготовки\специальность 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «Теле- и интернет-журналистика» / сост. Мультиановская Д. В.– М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 21 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524 (редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020 и 08.02.2021) и Профессиональных стандартов «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589), «Редактор средств массовой информации» от «04» августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «28» августа 2014 г., регистрационный № 33899), «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации» (зарегистрирован приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. № 811н, регистрационный № 34949), «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973).

Разработчик:

Мультиановская Д. В.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «19» декабря 2024 г., протокол № 5.

Заведующий кафедрой _____/д.ф.н. Ю.В.Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____/О.Е. Стёпкина/
(подпись)

Раздел 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель – дать обучающимся представление об особенностях работы журналиста в корпоративных средствах массовой информации.

Задачи:

- конкретизировать общие представления учащихся о журналистской профессии;
- познакомить учащихся с историей корпоративной журналистики, современным состоянием и перспективами;
- раскрыть роль журналистской профессии в ходе работы в крупной корпорации.

Раздел 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды
ПК-12	Способен производить поиск инвесторов / спонсоров, проводить с ними переговоры и заключать соглашения	ИПК-12.1. Знать грамматику и стилистику русского языка ИПК-12.2. Уметь оценивать результаты своей деятельности ИПК-12.3. Владеть инструментами анализа информации и оценки результата для выбора наилучшего решения

Раздел 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Корпоративная журналистика» изучается очной группой в 7 семестре, очно-заочной и заочной группой — в 8 семестре, входит в часть блока 1 «Дисциплины (модули)»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е.

Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки на очной форме обучения

Семестр 7										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Самос- тоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Самос- тоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежуточ- ная аттеста- ция
5	180	32		48				91		9 Зачет с оценкой

на очно-заочной форме обучения

Семестр 8										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Самос- тоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Самос- тоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
5	180	12		12				147		9 Зачет с оценкой

на заочной форме обучения

Семестр 8										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проект- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Само- стоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
5	180	8		8				155		9 Зачет с оценкой

Тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабо- ратор- ные за- нятия	Прак- тиче- ские заня- тия	Семи- нары	Самосто- ятельная работа	Теку- щий кон- троль	Кон- троль, проме- жу- точная атте- стация	Всего часов
7 семестр								
Тема 1. Поня- тие корпора- тивного СМИ. Специ- фика. Функ- ции. Отличие от коммерче- ских СМИ.	4		5		10			
Тема 2. Внут- ренняя ком- муникация в компании. Принципы эффективной команды.	4		5		10			
Тема 3. Виды корпоратив- ных СМИ. Издания Busi- ness To Busi- ness и Busi- ness To Clients.	4		5		10			

Тема 4. Обзор современных корпоративных СМИ: печатных и электронных.	4		5		10			
Тема 5. Корпоративное СМИ как средство управления компанией и инструмент PR-стратегии.	4		5		10			
Тема 6. Формирование коммьюнити с помощью корпоративного СМИ.	4		5		10			
Тема 7. Аудитория корпоративного СМИ. Особенности работы с аудиторией.	4		5		10			
Тема 8. Подробный анализ аудитории: системы ценностей и мировоззрения, подбор текстовых и визуальных ключей к читателю	4		5		10			
Тема 9. Вовлеченность сотрудников как главный показатель эффективности журналиста. Иные критерии оценки эффективности журналиста корпоративных СМИ.			8		11			
Контроль							9	9

Итого	32		48		91		9	
-------	----	--	----	--	----	--	---	--

Очно-заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабо- ратор- ные за- нятия	Прак- тиче- ские заня- тия	Семи- нары	Самосто- ятельная работа	Теку- щий кон- троль	Кон- троль, проме- жу- точная атте- стация	Всего часов
8 семестр								
Тема 1. Поня- тие корпора- тивного СМИ. Специ- фика. Функ- ции. Отличие от коммерче- ских СМИ.	2		1		16			19
Тема 2. Внут- ренняя ком- муникация в компании. Принципы эффективной команды.	2		1		16			19
Тема 3. Виды корпоратив- ных СМИ. Издания Busi- ness To Busi- ness и Busi- ness To Clients.	2		1		16			19
Тема 4. Обзор современных корпоратив- ных СМИ: пе- чатных и электронных.	1		2		16			19
Тема 5. Кор- поративное СМИ как средство управления компанией и инструмент PR-стратегии.	1		2		16			19
Тема 6. Фор- мирование	1		2		16			19

КОММЬЮНИТИ с помощью корпоративного СМИ.								
Тема 7. Аудитория корпоративного СМИ. Особенности работы с аудиторией.	1		1		17			19
Тема 8. Подробный анализ аудитории: системы ценностей и мировоззрения, подбор текстовых и визуальных ключей к читателю	1		1		17			19
Тема 9. Вовлеченность сотрудников как главный показатель эффективности журналиста. Иные критерии оценки эффективности журналиста корпоративных СМИ.	1		1		17			19
Контроль							9	9
Итого	12		12		147		9	180

Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
8 семестр								
Тема 1. Понятие корпоративного	1				18			19

СМИ. Специфика. Функции. Отличие от коммерческих СМИ.								
Тема 2. Внутренняя коммуникация в компании. Принципы эффективной команды.	1		1		17			19
Тема 3. Виды корпоративных СМИ. Издания Business To Business и Business To Clients.	1		1		17			19
Тема 4. Обзор современных корпоративных СМИ: печатных и электронных.	1		1		17			19
Тема 5. Корпоративное СМИ как средство управления компанией и инструмент PR-стратегии.	1		1		17			19
Тема 6. Формирование коммьюнити с помощью корпоративного СМИ.	1		1		17			19
Тема 7. Аудитория корпоративного СМИ. Особенности работы с аудиторией.	1		1		17			19
Тема 8. Подробный анализ аудитории: системы ценностей и	1		1		17			19

мировоззрения, подбор текстовых и визуальных ключей к читателю								
Тема 9. Вовлеченность сотрудников как главный показатель эффективности журналиста. Иные критерии оценки эффективности журналиста корпоративных СМИ.			1		18			19
Контроль							9	9
Итого	8		8		155		9	180

Содержание дисциплины

Наименование темы	Содержание темы
Тема 1. Понятие корпоративного СМИ. Специфика. Функции. Отличие от коммерческих СМИ.	Суть понятие «корпоративное СМИ». Цели и задачи. Алгоритм создания корпоративного СМИ. Особенности корпоративного СМИ как инструмента управления коллективом.
Тема 2. Внутренняя коммуникация в компании. Принципы эффективной команды.	Понятия «внутренней коммуникации». Знакомство с работой HR-отдела. Правила взаимодействия в команде. Правила создания эффективной команды.
Тема 3. Виды корпоративных СМИ. Издания Business To Business и Business To Clients.	Виды корпоративных СМИ: печатных и электронных. Алгоритм выбора формата СМИ. Читательский адрес корпоративного СМИ – сотрудники компании и клиенты.
Тема 4. Обзор современных корпоративных СМИ: печатных и электронных.	Ключевые игроки на рынке современных корпоративных СМИ. Тенденции и вектор развития. Разбор и анализ корпоративных СМИ разных форм.
Тема 5. Корпоративное СМИ как сред-	PR посредством внутренней коммуникации. Корпоративное СМИ в качестве главного инструмента трансляции ценностей и задач от руководства

ство управления компанией и инструмент PR-стратегии.	компания к сотрудникам. Корпоративное СМИ как инструмент имиджевой политики компании.
Тема 6. Формирование коммьюнити с помощью корпоративного СМИ.	Суть понятие «коммьюнити». Формирование среды вокруг СМИ. Life-workbalance. Работа с аудиторией через ее ценности.
Тема 7. Аудитория корпоративного СМИ. Особенности работы с аудиторией.	Методики анализа аудитории корпоративного СМИ. Выбор формата коммуникации: «свой – чужой», «свой – свой».
Тема 8. Подробный анализ аудитории: системы ценностей и мировоззрения, подбор текстовых и визуальных ключей к читателю	Определение системы ценности и психографических характеристик аудитории. Методы коммуникации в зависимости от целевой аудитории. Ключи к эффективной коммуникации посредством корпоративного СМИ.
Тема 9. Вовлеченность сотрудников как главный показатель эффективности журналиста. Иные критерии оценки эффективности журналиста корпоративных СМИ.	Понятие вовлеченности. Метод подсчета уровня вовлеченности компании. Анализ оценки эффективности корпоративного СМИ.

Занятия семинарского типа

(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Тема № 1. Внутренняя коммуникация в компании. Принципы эффективной команды

1. Внутренняя коммуникация понятие.
2. Работа HR- отдела

Тема 2. Виды корпоративных СМИ. Издания Business To Business и Business To Clients

1. Виды корпоративных СМИ.
2. Читательский адрес корпоративного СМИ

Тема 3. Обзор современных корпоративных СМИ: печатных и электронных

1. Разбор и анализ корпоративных СМИ разных форм.

Тема 4. Корпоративное СМИ как средство управления компанией и инструмент PR-стратегии

1. PR посредством внутренней коммуникации.
2. Корпоративное СМИ как инструмент имиджевой политики компании.

Тема 5. Формирование коммьюнити с помощью корпоративного СМИ

1. Суть понятия «коммьюнити».
2. Формирование среды вокруг СМИ.

Тема 6. Аудитория корпоративного СМИ. Особенности работы с аудиторией

1. Методики анализа аудитории корпоративного СМИ.

Тема 7. Подробный анализ аудитории: системы ценностей и мировоззрения, подбор текстовых и визуальных ключей к читателю

1. Определение системы ценности и психографических характеристик аудитории.
2. Методы коммуникации в зависимости от целевой аудитории.
3. Ключи к эффективной коммуникации посредством корпоративного СМИ.

Тема 8. Вовлеченность сотрудников как главный показатель эффективности журналиста. Иные критерии оценки эффективности журналиста корпоративных СМИ

1. Понятие вовлеченности.
2. Анализ оценки эффективности корпоративного СМИ.

Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы. Формы самостоятельной работы могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написание эссе.

Самостоятельная работа

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Понятие корпоративного СМИ. Специфика. Функции. Отличие от коммерческих СМИ.	Усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции. Выполнение устных упражнений. Выполнение письменных упражнений и практических работ.
Тема 2. Внутренняя коммуникация в компании. Принципы эффективной команды.	
Тема 3. Виды корпоративных СМИ. Издания Business To Business и Business To Clients.	

Наименование разделов / тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 4. Обзор современных корпоративных СМИ: печатных и электронных.	Подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий. Выполнение творческих работ.
Тема 5. Корпоративное СМИ как средство управления компанией и инструмент PR-стратегии.	
Тема 6. Формирование коммьюнити с помощью корпоративного СМИ.	
Тема 7. Аудитория корпоративного СМИ. Особенности работы с аудиторией.	
Тема 8. Подробный анализ аудитории: системы ценностей и мировоззрения, подбор текстовых и визуальных ключей к читателю.	
Тема 9. Вовлеченность сотрудников как главный показатель эффективности журналиста. Иные критерии оценки эффективности журналиста корпоративных СМИ.	

5.1. Темы эссе¹

1. Дискуссия на тему «Корпоративное СМИ как средство эффективной коммуникации»
2. Обсуждение темы «Функции корпоративных СМИ». Специфика, задачи, развитие основных веб-стандартов.
3. Дискуссия на тему «Роль команды в бизнесе».
4. Дискуссия на тему «Коммуникация с сотрудниками и клиентами – в чем отличие?»
5. Дискуссия на тему «Тенденции современных корпоративных СМИ»
6. Дискуссия на тему «Life-TimeBalance»
7. Дискуссия на тему «Понимание между руководством и сотрудниками как одна из задач журналиста корпоративного СМИ»
8. Дискуссия на тему «Мировоззрение и ценности аудитории в контексте СМИ».
9. Дискуссия на тему «Вовлеченность: как сформировать у читателя преданность компании?».
10. Круглый стол по теме «Эффективность корпоративного СМИ».

5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

1. Подготовить образцы корпоративных СМИ
2. Подготовить тезисы к дискуссии «Тенденции современных корпоративных СМИ»
3. Подготовить тезисы к дискуссии «Life-TimeBalance»
4. Провести интервью на тему «Коммьюнити»
5. Провести анализ аудитории конкретных компаний
6. Провести анализ аудитории конкретных компаний.
7. Сформировать предложения по подбору текстовых и визуальных ключей к читателю.

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

8. Вовлеченность в разных компаниях: подготовить доклады.

Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		
ИУК-3.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-3.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИУК-3.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-12 Способен производить поиск инвесторов / спонсоров, проводить с ними переговоры и заключать соглашения		
ИПК-12.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-12.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-12.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

6.2. Типовые вопросы и задания

Перечень вопросов

1. «Bespokepublishing» («издания на заказ»): преимущества и недостатки аутсорсинга
2. «Бортовые журналы» как вид корпоративных СМИ
3. Вузовские СМИ: цели, функции, специфика аудиторрии
4. Издания B2B: особенности и тенденции развития
5. Интранет-портал как элемент системы внутрифирменных

коммуникаций

6. История развития корпоративной прессы в России

7. Корпоративное радио (телевидение): особенности информационной политики

8. Корпоративное СМИ как коллективный организатор

9. Корпоративное издание как средство политического PR

10. Корпоративные Интернет-сайты: современные тенденции развития

11. Корпоративные СМИ в системе средств формирования корпоративной культуры

12. Корпоративные СМИ как инструмент антикризисного управления

13. Критика компании и обсуждение острых проблем в корпоративных СМИ

14. Корпоративные СМИ некоммерческих организаций: сущность, особенности, функциональная специфика

15. Особенности дизайна современного корпоративного издания

16. Особенности редакционной политики корпоративных СМИ

градообразующих предприятий

17. Привлечение коммерческой рекламы корпоративными СМИ: проблемы и перспективы

18. Отраслевые корпоративные и «межкорпоративные» издания как переходная ступень между корпоративными и «обычными» СМИ

19. Соотношение элементов журналистики, коммерческой информации и PR в корпоративном СМИ

20. Специфика клиентских изданий

21. Специфика корпоративных СМИ учреждений культуры

22. Специфика работы журналиста в редакции корпоративного издания

23. Специфика работы PR-специалиста в редакции корпоративного издания

24. Специфика работы редактора в редакции корпоративного издания

25. Формирование системы СМИ в финансово-промышленной группе

6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
УК-3	Обучающимся предлагается принять участие в дискуссии «Границы понятия корпоративных СМИ». На обсуждение выносятся два противоположных суждения, отражающих «узкий» и «широкий» подходы к границам понятия корпоративных медиа (КМ): 1) К КМ следует относить только корпоративные СМИ коммерческих предприятий; 2) К КМ следует относить не только СМИ коммерческих предприятий, но и СМИ некоммерческих организаций, государственных органов, учреждений и т.д. Для проведения дискуссии необходимо выбрать один из представленных тезисов. Обучающиеся делятся на две команды. В командах учащиеся придумывают аргументы за и против тезиса. Затем команды распределяются для дискуссии. Участники первой из них

	произносят аргументы в пользу тезиса, участники другой – против. Кроме того, из числа обучающихся назначается судья, который следит за соблюдением правил ведения дискуссии. Правила ведения дискуссии: 1. Команда А произносит аргумент. Команда Б имеет минуту на то, чтобы придумать контраргумент. Затем команда Б произносит контраргумент. Контраргумент содержательно должен противопоставляться аргументу, он имеет цель низвести аргумент, сделать его неважным, несущественным и т.д. (Пример формы контраргумента: Вы сказали, что..., но ..., поэтому мы считаем ваш аргумент несущественным) 2. Команда А НЕ отвечает на контраргумент. 3. После этого команда Б произносит свой аргумент и круг повторяется. 4. Произносить аргумент всегда должны разные участники команды. Повторно произносить аргумент можно, если все участники команды уже произносили аргумент. 5. Команда имеет право уточнить значение аргумента. (Правильно ли мы вас поняли, что...) 6. Одним из важных правил ведения дискуссии является вежливость. Команды произносят по 4-6 аргументов и контраргументов. Судья следит за тем, чтобы контраргументы соответствовали аргументам, выдерживались временные рамки, аргументы произносили разные участники, поддерживался вежливый тон обращения.
ПК-12	1. Корпоративное издание, ориентированное на партнеров: a. b2c (business-to-client); b. b2p (business-to-personnel); c. b2b (business-to-business); 2. Сущность организационно-корпоративной культуры заключается в a. стандартах и нормах поведения b. миссии корпорации c. ценностях компании, разделяемых большинством ее персонала и проявляющихся в его поведении d. корпоративной философии 3. Разработайте концепцию корпоративного интернет СМИ (газета, журнал, радиопередача, телепередача)

6.4. Оценочные шкалы

6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
--------	-----------------------------

Зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО

имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негатив-

ному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программой учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература²

Персикова Т.Н. Корпоративная культура [Электронный ресурс]: учебник / Т.Н. Персикова. — Электрон.текстовые данные. — М.: Логос, 2015. — 288 с.— ЭБС «IPRsmart». — 978-5-98704-467-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70694.html>

Дополнительная литература³

Олешко Е.В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.В. Олешко. — Электрон.текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с.— ЭБС «IPRsmart». — 978-5-7996-1470-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68341.html>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа : <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. — Б.г. — Доступ к данным: Открытый. — Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа : <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. — Б.г. — Доступ к данным: открытый. — Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

² Из ЭБС университета

³ Из ЭБС университета

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся:

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.