

Специальность 1-23 01 08-01 Журналистика (печатные СМИ) / Speciality: 1-23 01 08-01 Journalism (print media)

Дисциплина «Корпоративные медиа», модуль «Медиа в системе СМИ»/ Academic discipline «Corporate media», module:
«Media in the mass media system»

<p>Краткое содержание учебной дисциплины, модуля / Brief summary</p>	<p>Дисциплина «Корпоративные медиа» способствует формированию у студентов практических навыков работы в корпоративных средствах массовой информации, эффективного использования современных технологий и программного обеспечения по специальным направлениям деятельности в процессе решения учебных, научных и практических задач в области журналистики и создания СМИ, а также комплексное изучение корпоративной прессы, ее функций в организации коммуникативного процесса в структуре организаций, учреждений или предприятий, которые выступают учредителями корпоративных медиа. Выработка умения у будущих специалистов практически применять теоретические знания в расширении профессиональных компетенций для совершенствования традиций и развития современных тенденций организации медийного пространства. Студенты изучают особенности структуры корпоративных медиа, реализацию Государственной информационной политики в данном типе СМИ, социальную ответственность журналистов.</p>	<p>The discipline «Corporate media» contributes to the formation of practical skills in students for working in corporate media, the effective use of modern technologies and software in special areas of activity in the process of solving educational, scientific and practical problems in the field of journalism and the creation of media, as well as a comprehensive study of the corporate press, its functions in organizing the communication process in the structure of organizations, institutions or enterprises that act as founders of corporate media. Developing the ability of future specialists to practically apply theoretical knowledge in expanding professional competencies to improve traditions and develop modern trends in the organization of the media space. Students study the specifics of the structure of corporate media, the implementation of the State Information Policy in this type of media, and the social responsibility of journalists.</p>
--	--	--

<p>Формируемые компетенции / The formed competences</p>	<p>Освоение учебной дисциплины «Корпоративные медиа» должно обеспечить формирование следующих компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять теории и парадигмы современной журналистики для осуществления журналистской деятельности с учетом специфики корпоративных СМИ и других медиа; – уметь применять базовые научно-практические знания для решения теоретических и практических задач; – владеть системным и сравнительным анализом; – быть способным разрабатывать новые идеи (обладать креативностью); – уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни; – определять методологию деятельности по сбору, обработке и распространению информации с помощью СМИ; – применять методы и приемы журналистского творчества, жанровые разновидности журналистского текста и особенности работы над материалами разных жанров для различных видов СМИ; – применять технологии создания и выпуска печатных, аудиовизуальных СМИ, разработки, наполнения и обновления сайтов интернет-изданий; – проводить редакторский анализ 	<p>Mastering the academic discipline "Corporate Media" should ensure the formation of the following competencies:</p> <ul style="list-style-type: none"> – apply theories and paradigms of modern journalism to carry out journalistic activities taking into account the specifics of corporate media and other media; – be able to apply basic scientific and practical knowledge to solve theoretical and practical problems; – be proficient in systemic and comparative analysis; – be able to develop new ideas (be creative); – be able to learn, improve their skills throughout life; – determine the methodology of activities to collect, process and disseminate information using the media; – apply methods and techniques of journalistic creativity, genre varieties of journalistic text and features of working on materials of different genres for different types of media; – apply technologies for the creation and release of printed, audiovisual media, development, content and updating of websites of Internet publications; – conduct editorial analysis of a media text and give it a linguostylistic assessment; – identify linguostylistic features of the organization of a media text and determine the appropriateness of the use of speech structures in it; – apply a system of journalistic creativity methods, create media texts in different formats and genres;

	<p>медиа текста и давать ему лингвостилистическую оценку;</p> <p>– выявлять лингвостилистические особенности организации медиа текста и определять уместность употребления в нем речевых конструкций;</p> <p>– применять систему методов журналистского творчества, создавать медиа тексты в разных форматах и жанрах;</p> <p>– применять методы и техники написания эффективного журналистского текста для поискового продвижения;</p> <p>– владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;</p> <p>– быть способным к саморазвитию и самосовершенствованию в профессиональной деятельности.</p>	<p>– apply methods and techniques for writing effective journalistic text for search engine promotion;</p> <p>– master the basics of research activities, search, analyze and synthesize information;</p> <p>– be capable of self-development and self-improvement in professional activities.</p>
<p>Результаты обучения (знать, уметь, владеть) / Learning outcomes (know, can, be able)</p>	<p>В результате изучения дисциплины «Корпоративные медиа» студенты должны знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • предпосылки возникновения и динамики исторического развития корпоративных СМИ; • статус современных корпоративных медиа в системе средств массовой информации; • классификацию и концепции современных корпоративных медиа как отдельной типологической группы на медиа-рынке; • принципы дизайна корпоративных печатных изданий; 	<p>As a result of studying the discipline «Corporate media », students must know:</p> <ul style="list-style-type: none"> • prerequisites for the emergence and dynamics of the historical development of corporate media; • the status of modern corporate media in the mass media system; • classification and concepts of modern corporate media as a separate typological group in the media market; • principles of design of corporate printed publications; • thematic and genre diversity of corporate media; • basic rules for creating information content for multimedia corporate projects, websites;

	<ul style="list-style-type: none"> • тематическое и жанровое разнообразие корпоративных СМИ; • основные правила создания информационного контента для мультимедийных корпоративных проектов, сайтов; • возможности применения мультимедийных технологий в процессе реформации корпоративной коммуникации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать концепции корпоративных средств массовой коммуникации в соответствии с задачами, поставленными учредителями и соответствующими политике организации: • создавать редакции корпоративных СМИ и управлять их развитием; • обеспечивать организацию работы в редакции и со структурами, которые участвуют в процессе производства печатного корпоративного СМИ; • использовать компьютерные технологии в процессе создания печатных корпоративных СМИ; • создавать информацию для различных по типу корпоративных средств массовой информации, участвующих в коммуникативном процессе. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • принципами и правилами выбора типа корпоративного медиа, других информационного канала или платформы для коммуникации со своей локальной аудиторией; • практическими навыками и технологиями создания корпоративного 	<ul style="list-style-type: none"> • possibilities of using multimedia technologies in the process of reforming corporate communications. <p>be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop concepts for corporate mass media in accordance with the tasks set by the founders and relevant to the organization's policy; • create editorial offices of corporate media and manage their development; • ensure the organization of work in the editorial office and with the structures that participate in the process of producing printed corporate media; • use computer technologies in the process of creating printed corporate media; • create information for various types of corporate media participating in the communication process. <p>have the skills in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • know the principles and rules for choosing the type of corporate media, other information channel or platform for communicating with your local audience; • have practical skills and technologies for creating corporate media; • have self-marketing skills and methods for organizing your own information activities within the framework of professional competencies and responsibilities; • have the ability to logically analyze the problems of modern media in order to further improve the professional activities of a media organization; • be able to create media content for various corporate and global information broadcasting platforms (corporate print media and online publications).
--	--	--

	<p>СМИ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками самомаркетинга и методами организации собственной информационной деятельности в рамках профессиональных компетенций и обязанностей; • способностями логического анализа проблематики современных СМИ с целью дальнейшего усовершенствования профессиональной деятельности медиаорганизации; • умением создавать медиа-контент для различных корпоративных и глобальных платформ трансляции информации (корпоративные печатные СМИ и интернет-издания). 	
Семестр изучения учебной дисциплины, модуля / Semester of study	4	4
Пререквизиты / Prerequisites	Основы журналистики, Теория медиа, Социально-экономическая проблематика	Fundamentals of Journalism, Media Theory, Socio-economic issues
Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах) / Credit units	3	3
Количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы / Academic hour of students' class work, hours of self-directed learning	34 / 6	34 / 6
Требования и формы текущей и промежуточной аттестации / Requirements and forms of current and interim certification	Письменная работа, дискуссия, презентация, устный опрос, творческое задание / зачет	Written work, discussion, presentation, oral survey, creative task / test

