

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 19.05.2026 13:48:41
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 «Корпоративные СМИ»

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.02 «Журналистика»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Телерадиожурналистика

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

Год набора 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Рубцова М.В., д.соц.н., профессор кафедры журналистики и
медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и
медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Корпоративные СМИ»
одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций
факультета социальных технологий Северо-Западного института управления

протокол № 4 от «09» апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Корпоративные СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:*

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции и **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенции и **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПКс-4	Способен редактировать содержание публикаций любых СМИ	ПКс-4.3	Использует современные редакционные медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	ПКс 4.3 3-1 Задачи и методы, технология и техника создания журналистских публикаций, их содержательная и структурно-композиционная специфика ПКс 4.3 У-2 Уверенно выступать перед публикой в теле- или радиоэфире, владеть навыками грамотной устной речи (для редакторов теле- и радиокompаний)

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

1. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа. Из них объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем составляет 51 акад. час аудиторной работы и 75 акад. час. на самостоятельную работу обучающихся.

Лекции – 16 час.

Практические занятия – 24 час.

Самостоятельная работа – 75 час.

Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в устной форме. Консультация – 2 час. Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 час. Самостоятельная работа на подготовку к экзамену – 18 час.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: “Актуальные проблемы современности и журналистика” и др.

Знания, полученные в курсе «Корпоративные СМИ», используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ и в дальнейшей практической работе.

3.Содержание и структура дисциплины

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕ ГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		И К	К С Р	К Э	Кат тэк	Контр оль	СР кр		С Р э к
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1	Корпорации и корпоративная журналистика	23	4			4							15	устный опрос, доклады
Тема 2	Корпорации и корпоративная журналистика: социальная ответственность корпораций.	23	4			4							15	устный опрос, доклады

Тема 3	Цели и задачи функционирования корпоративной журналистики	21	2			4						15	устный опрос, практико-ориентированное задание
Тема 4	Корпоративные СМИ: типология изданий	23	2			6						15	устный опрос, практико-ориентированное задание
Тема 5	Функции корпоративных СМИ	25	4			6						15	устный опрос, доклады
Промежуточная аттестация		29							9	2	18		
Итого		144	16			24			9	2	18	75	

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Корпорации и корпоративная журналистика (ПКс-4.3).

Корпорация как объединение, союз, общество, совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели. Корпорации – это те организации, которые встроены в социальную, экономическую, политическую, финансовую системы страны и выполняют конкретные производственные задачи. Корпоративные СМИ – это средства массовой информации, которыми занимается бизнес. Зарождение класса предпринимателей в стране повлекло за собой зарождение корпораций и корпоративной прессы; появились потребители деловой информации. Сегодня корпорации в России отличаются не только масштабностью деятельности, но и законченной формой отделения собственности от управления, экономической и юридической обособленностью по отношению к учредителям и участникам. Корпорации в РФ становятся инновационными, нестандартными, а их коммуникации – динамичными и современными. С целью влияния на решения властей корпорации создают сеть национальных, отраслевых и региональных ассоциаций. Они формируют коммуникации, потому что хотят быть понятыми и открытыми. Они создают собственные средства массовой информации, чтобы влиять на свой персонал, инвесторов, акционеров, клиентов, ставя во главу угла политику разъяснения задач и этапов деятельности.

Тема 2. Корпорации и корпоративная журналистика: социальная ответственность корпораций (ПКс-4.3).

Понятие «социальная ответственность бизнеса», или «корпоративная социальная ответственность» сформировалось около 40 лет назад. С конца 1970-х гг. крупнейшие компании США и Великобритании начали активно вырабатывать целостные подходы к взаимодействию с обществом: это проблемы корпоративной этики, отношения с персоналом, властью и т.д. Предприятия получили программное требование: уделить больше внимание интересам государства и взять на себя ответственность за социальную политику компании сверх обеспечения собственного экономического успеха. Для России все программы социально ответственного бизнеса являются новыми. При советском строе существующие проблемы между промышленностью и властью осуществлялись или за счёт бюджета, или за счёт профсоюзов. Многие российские компании в 1990-е гг. «сбрасывали» социальные объекты на местный бюджет. Но некоторые всё-таки несли ответственность за них и старались сохранить предприятия в интересах дела, а также своего персонала. Ориентация на моральные ценности и выполнение принятых на себя социальных обязательств даёт корпорации конкурентные преимущества. Корпоративная социальная ответственность демократизирует отношения управленческого состава корпорации и персонала. В этом направлении и шло развитие корпоративной журналистики (пресса, сайты).

Тема 3. Цели и задачи функционирования корпоративной журналистики (ПКс-4.3).

Корпоративная журналистика (house organ) – это разновидность отраслевых СМИ. Корпоративные СМИ - это СМИ не для продажи. Эти издания не озабочены непосредственной отдачей, улучшением статистических показателей производства по отношению ко вчерашнему дню; они обращены в день завтрашний. Для них важно не добиваться улучшения и без того удовлетворительных сегодняшних результатов, но готовить «сияющее» завтра (Ж.Шамели). Внутрикорпоративные издания служат тому, чтобы намерения руководства стали достоянием публики, продемонстрировали ей. Куда движется компания. Их основная задача – показать каждому, ради чего работает весь коллектив, и позволить всем внести свой вклад в общее дело, почувствовать себя объединёнными общей доброй волей в одном душевном порыве. Корпоративное издание – это инструмент управления компанией. Его роль в процессе бизнес- коммуникаций нельзя недооценивать. Посредством корпоративных СМИ происходит обмен опытом, аккумуляция и генерирование новых идей в сфере менеджмента, управления, технологий.

Тема 4. Корпоративные СМИ: типология изданий (ПКс-4.3).

Корпоративные СМИ являются все средствами массовой информации,

выпускаемые той или иной компанией. Они могут быть классифицированы:

- 1) b2b (business-to-business) – отраслевые и/или узкоспециализированные издания;
- 2) b2c (business-to-consumer)- издания, ориентированные на потребителей;
- 3) b2p (business-to-personnel)- издания, ориентированные на сотрудников;
- 4) корпоративные неперIODические издания.

Встречаются более детализированные классификации. Так, Д.Мурзин предлагает следующую классификацию:

1. Внутрикорпоративные СМИ (для всего персонала)
2. Для персонала (для линейных менеджеров, для топ-менеджеров – инструмент выработки решений)
3. Для внешней аудитории (отраслевые клиентские – инструмент реализации стратегии)
4. Смешанные
5. Заводская многотиражка (внутрикорпоративная, для города)
6. Отчёты.

Тема 5. Функции корпоративных СМИ (ПКс-4.3).

Корпоративное СМИ может выходить как в самой корпорации, так и в её подразделениях. Иногда это одно издание, иногда их много – по месту нахождения основного производства или его филиалов. И поэтому в издании главным становится информирование собственного персонала о работе корпорации во всём её единстве и о планах на дальнейшее развитие производства.

В каждой корпорации время от времени происходит реорганизация, реформы или техническое перевооружение, изменения в технологическом процессе производства. Люди должны быть проинформированы о всех новациях по месту работы.

Корпоративные СМИ стали каналом создания мотивации к творческому и новаторскому труду: люди имеют возможность сообщать о своём видении производства, идеях модернизации, улучшения производства, предложениях о применении более современных технологий. Так в коллективе укрепляется мотивация к труду, чувство общей «семьи», сотрудничества, корпоративного патриотизма.

Корпоративные СМИ транслируют передовой опыт, показывая его полезность, необходимость и агитируя, убеждая его перенять, тем самым персонал повышает свою квалификацию.

Корпоративные СМИ помогают социализации личности. В корпоративных СМИ налажена обратная связь.

Корпоративные СМИ подробно оповещают персонал о своей социальной ответственности, программах гарантий, благотворительной, спонсорской деятельности.

Корпоративные СМИ являются одним из действенных инструментов

создания оптимальной коммуникационной среды субъектов PR-деятельности.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине «Корпоративные СМИ» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам): устный опрос, доклад, практико-ориентированное задание

Тема 1. Корпорации и корпоративная журналистика

Вопросы для опроса:

1. Какие основные жанры используются в корпоративных СМИ?
2. Чем аналитическая статья отличается от обзора рынка?
3. Какова роль авторской колонки в корпоративных СМИ??
4. В чем особенности жанра интервью в корпоративных СМИ?

Темы докладов:

1. Основные направления и задачи корпоративной журналистики.
2. Внутрикорпоративные и внешнекорпоративные СМИ: цели и аудитория.
3. Роль корпоративных СМИ в формировании имиджа и репутации компании.
4. Жанровое разнообразие и методы подачи информации в корпоративной журналистике.
5. Влияние цифровых технологий на развитие корпоративных медиа.
6. Функции и задачи корпоративных изданий в условиях современной экономики.
7. Особенности редакционной политики корпоративных СМИ.

8. Практические примеры успешных корпоративных изданий в разных индустриях.
9. Корпоративная журналистика как инструмент внутренней коммуникации и мотивации персонала.
10. Вызовы и риски деятельности в корпоративных СМИ: этика, доверие и прозрачность.

Тема 2. Корпорации и корпоративная журналистика: социальная ответственность корпораций

Вопросы для опроса:

1. Как вы понимаете социальную ответственность корпораций?
2. Насколько важна корпоративная журналистика для информирования общества о социальных инициативах компании?
3. Какие формы социальных инициатив, по вашему мнению, чаще всего освещаются в корпоративных СМИ?
4. Какую роль играют СМИ в формировании общественного мнения о социальной ответственности бизнеса?

Темы докладов:

1. Социальная ответственность корпораций как новый тренд в корпоративной журналистике.
2. Роль корпоративных СМИ в продвижении социальных инициатив и устойчивого развития.
3. Практические примеры корпоративных социальных проектов и их отражение в СМИ.
4. Корпоративная журналистика и создание имиджа ответственного бизнеса.
5. Этические аспекты освещения социальной ответственности компаний в медиа.
6. Взаимодействие СМИ и бизнеса в вопросах прозрачности и общественного контроля социальных программ.
7. Влияние корпоративной социальной ответственности на репутацию компании и доверие потребителей.
8. Тенденции и вызовы в коммуникации социальных инициатив через корпоративные СМИ.
9. Использование новых медийных форматов для популяризации идей социальной ответственности.
10. Социальные проекты и журналистика: баланс между PR и объективной информацией.

Тема 3. Цели и задачи функционирования корпоративной журналистики

Вопросы для опроса:

1. Какие основные цели, по вашему мнению, преследуют корпоративные СМИ?
2. Насколько важна корпоративная журналистика для формирования внутренней корпоративной культуры?
3. Какую роль играет корпоративная журналистика в поддержании имиджа компании?

4. *Какие задачи корпоративных медиа наиболее значимы для повышения лояльности сотрудников?*

Практико-ориентированные задания:

1. Напишите краткое эссе (150–200 слов) на тему: «Роль корпоративных изданий в формировании лояльности трудового коллектива».
2. Создайте макет (или краткий контент-план) первого выпуска корпоративного издания, отражающий цели и задачи СМИ.
3. Обоснуйте выбор тем и жанров, объясните, как они помогают достичь целей корпоративной журналистики.

Тема 4. Корпоративные СМИ: типология изданий

Вопросы для опроса:

1. *Каковы основные критерии типологизации корпоративных СМИ?*
2. *В чем отличия внутрикорпоративных изданий от внешних корпоративных СМИ?*
3. *Какие типы корпоративных изданий чаще всего встречаются в современных компаниях?*
4. *Как типология корпоративных СМИ влияет на выбор темы и жанров изданий?*

Практико-ориентированное задание:

1. Напишите краткий обзор этапов формирования корпоративной прессы.
2. Разработайте портрет целевой аудитории для корпоративного издания
3. Опишите существующие классификации корпоративных СМИ по критериям целевой аудитории, каналам распространения и финансированию.

Тема 5. Функции корпоративных СМИ

Вопросы для опроса:

1. *Какие функции корпоративных СМИ вы считаете наиболее важными для успешной работы компании?*
2. *Насколько эффективно корпоративные СМИ выполняют идеологическую функцию формирования корпоративной культуры?*
3. *Какие задачи информационно-коммуникативной функции корпоративных СМИ наиболее востребованы?*
4. *В какой степени корпоративные СМИ способствуют интеграции сотрудников и формированию единой корпоративной команды?*

Темы докладов

1. Идеологическая функция корпоративных СМИ: создание и поддержание корпоративной культуры.
2. Информационно-коммуникативная функция в корпоративных медиа: обмен новостями и оперативная коммуникация.
3. Интеграционная роль корпоративных СМИ в формировании сплоченного коллектива.

4. Образовательная функция корпоративных изданий: повышение квалификации и развитие персонала.
5. Имиджевая функция и её значение для внешних корпоративных коммуникаций.
6. Особенности выполнения функций корпоративных СМИ в крупных и малых компаниях.
7. Влияние цифровых технологий на расширение функционала корпоративных медиа.
8. Проблемы и перспективы развития функций корпоративной журналистики в условиях современной экономики.

Тематика докладов:

1. Корпоративные издания. Общая характеристика.
2. Пракорпоративные издания в России.
3. Цели корпоративных изданий.
4. Задачи корпоративных изданий.
5. Национальные корпорации и их издания.
6. Транснациональные корпорации и их издания.
7. Модели корпоративных изданий.
8. Типология корпоративных изданий.
9. Отраслевые и узкоспециализированные корпоративные издания.
10. Корпоративные издания, ориентированные на потребителя.
11. Издания, ориентированные на сотрудников корпорации.
12. Корпоративные неперIODические издания.
13. Корпоративные издания как инструмент управления фирмой.
14. Корпоративная и деловая пресса: общее и особенное.
15. Корпоративные СМИ и периодические издания.
16. Современная структура корпоративных СМИ.
17. Особенности создания корпоративных СМИ.
18. Особенности функционирования корпоративных СМИ.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):
приведены в п.6.2.

5.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной	Максимальное количество баллов	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в
--------------------------	--------------------------------	------------------------------------	--

точки	за работу в рамках КТ, которое может набрать студент		формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1

Темы 1,2,5

Устный опрос

Доклад

КТ-2

Темы 3-4

Устный опрос

Практико-ориентированное задание

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания опроса

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

2. Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

3. Критерии оценивания практико-ориентированное задание

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в устной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с двумя вопросами. Обучающийся предоставляет преподавателю ответы в письменном виде, дает устные ответы и комментарии.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Вопросы к экзамену

1. Специфика корпорации.
2. Виды и типы корпораций.
3. Своеобразие корпоративной журналистики.
4. История становления корпоративной журналистики.

5. Принцип ответственности - в центре этики.
6. Социальная ответственность корпораций в глобальном мире.
7. Концепция Корпоративной социальной ответственности.
8. Глобализация как социальная и экономическая проблема.
9. Основные цели функционирования корпоративных СМИ.
10. Задачи функционирования корпоративных изданий.
11. Корпоративные издания как инструмент управления компанией.
13. Издания, ориентированные на потребителей.
14. Корпоративные издания, ориентированные на сотрудников.
15. Корпоративные неперiodические издания.
16. Место и роль журналистики в свободном обществе.
17. Сходство периодики и корпоративных СМИ.
18. Различия корпоративной журналистики и деловой журналистики.
19. Свобода информации в корпоративных СМИ.
20. Функции СМИ.
21. Этапы формирования функций корпоративных СМИ.
22. Основные функции корпоративной журналистики.
23. Современная структура корпоративных СМИ.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
<p>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</p> <p>Оценка: Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответов. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какова главная функция корпоративной журналистики в компании? <ol style="list-style-type: none"> А) Повышение объема продаж продукции Б) Формирование корпоративной культуры и укрепление имиджа компании В) Организация праздничных мероприятий Г) Проведение рекламных кампаний 2. Какой из следующих жанров наиболее характерен для корпоративных СМИ? <ol style="list-style-type: none"> А) Сенсационные новости с эмоциональным стилем подачи Б) Научно-популярные статьи и экспертные обзоры В) Развлекательные шоу и юмористические скетчи Г) Общие новости о политике и экономике
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; 	<p>Соотнесите жанры корпоративных СМИ с их описаниями:</p> <p>Жанры:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Научно-популярная статья 2. Экспертное интервью 3. Отраслевой аналитический обзор 4. Образовательный очерк

<p>Оценка:</p> <p>Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы</p>	<p>список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>Описания:</p> <p>А) Текст, раскрывающий сложные научные концепции в доступной форме</p> <p>Б) Беседа с профессионалом в определенной области, раскрывающая актуальные темы</p> <p>В) Глубокий анализ состояния и тенденций в конкретной отрасли</p> <p>Г) Обзорный материал, направленный на обучение и расширение знаний читателей</p>
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p> <p>Оценка: Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>1. Какие из перечисленных жанров характерны для корпоративных СМИ? (Выберите все правильные ответы)</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>А) Научно-популярная статья</p> <p>Б) Экспертное интервью</p> <p>В) Развлекательный фотосюжет</p> <p>Г) Отраслевой аналитический обзор</p> <p>Д) Образовательный очерк</p> <p>Е) Сенсационная новость без глубокого анализа</p> <p>2. Какие из перечисленных характеристик относятся к корпоративной журналистике? (Выберите все правильные варианты)</p> <p>А) Направлена на внутреннюю и внешнюю коммуникацию компании</p> <p>Б) Создает развлекательный контент для широкой публики</p> <p>В) Формирует и поддерживает корпоративную культуру</p> <p>Г) Ориентирована на продвижение продуктов и услуг компании</p> <p>Д) Предназначена для информирования сотрудников и партнеров</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p> <p>Оценка: Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>1. Расположите этапы развития журналистики в информационном обществе в правильной хронологической последовательности, указав номера этапов в правильном порядке.</p> <p>Этапы:</p> <p>а) Появление печатных газет и журналов</p> <p>б) Распространение радио и телевидения</p> <p>с) Внедрение интернета и цифровых технологий</p> <p>д) Появление социальных сетей и гражданской журналистики</p> <p>е) Использование мультимедийных платформ и мобильных устройств</p>

		<p>2. Установите правильную последовательность этапов создания корпоративного издания (газеты или журнала):</p> <p>Варианты: А) Согласование номера с заказчиком В) Определение целей и задач заказчика С) Работа над номером (сбор информации, написание материалов) D) Разработка концепции корпоративного издания E) Печать корпоративного издания</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p> <p>Оценка: Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>1. Что является основной ролью журналистики в информационном обществе (обоснуйте ответ): а) Развлечение аудитории через развлекательный контент. б) Трансляция официальных указов и постановлений без анализа. в) Информационная функция — сбор, проверка и распространение достоверной информации для общества. г) Уменьшение объема новостей, чтобы снизить информационную нагрузку.</p> <p>2. Влияние ТВ на культуру выражается в (обоснуйте ответ): а) Формировании общественного мнения б)падении интереса к науке с) Изоляции населения</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p> <p>Оценка: Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>1. Перечислите и поясните основные характеристики интернет-журналистики</p> <p>2. Расскажите о новых форматах и каналах распространения контента в интернет-журналистике.</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый</i>	40

<i>ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса</i>	
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Не предусмотрено.

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным

вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Контрольная работа. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят ответ на задание, предложенное после каждой темы. По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите на семинарских занятиях № 3-4. Регламент для выступления – 15 минут. Все участники проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации

Доклад — вид самостоятельной научно — исследовательской работы, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Требования к оформлению письменного доклада:

Доклад состоит из нескольких основных частей: титульный лист, оглавление (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт), введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы), основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос), заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада), список литературы.

Список литературы составляется в алфавитном порядке в конце реферата по определенным правилам:

– Описание книг (*Автор(ы). Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. — Страницы*);

– Описание сборников (*Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. — Страницы*);

– Описание статей (*Автор(ы). Заглавие //Название журнала (газеты). — Год. — Номер. — Страницы статьи*);

– Ссылки на интернет источники

Технические требования при написания доклада: Формат – rtf, doc, (odt). Текст доклада должен быть подготовлен с использованием шрифта Times New Roman. Объем доклада не должен превышать 5 страниц А4 (210 мм x 297 мм, левое поле 21 мм, верхнее поле 20 мм, правое поле 21 мм, нижнее поле 20 мм), включая рисунки, таблицы, ссылки. Название доклада – размер шрифта 16 пт, полужирный, заглавные буквы, выравнивание по центру, одинарный интервал. Текст доклада набирается шрифтом, размером 14 пт, с полуторным интервалом. Список литературы (12 пт) нумеруется, и номера ссылок приводятся в тексте в квадратных скобках.

Общие требования к оформлению презентации: Формат – ppt (ppts). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последними слайдами презентации должны

быть глоссарий и список литературы.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении «МТС Линк». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеореамеры. Видеореамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Страшнов, С. Л. Система СМИ: просветительство и журналистика : учебник для вузов / С. Л. Страшнов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12557-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557473>
2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебник для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561544>
3. Жилиякова, Н. В. Корпоративные медиа : учебник для вузов / Н. В. Жилиякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 102 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20281-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581513>

8.2.

Дополнительная литература

1. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Тертычный А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 352 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8856.html>
2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 269 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/book/CE7E69D8-C5A8-4C4F-869B-E367698E81D3>
3. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитич Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 255 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8855.html>
4. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учеб. пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 278 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/E17CA08D-007B-47F5-9AC2-3028428F4FE7#page/1>
5. Ким М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб.: Питер, 2013. — 288 с. <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=334070>
6. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ Цвик В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 495 с. — <http://www.iprbookshop.ru/34517.html>

1.1. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

1.2. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные

учебные и учебно-методические материалы).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.