

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: Куличкина Галина Васильевна

Рабочая программа дисциплины
КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА
Код УМК 82673

Утверждено
Протокол №9
от «07» мая 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Корпоративные медиа

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **42.03.05** Медиакоммуникации
направленность Контент-менеджмент

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Корпоративные медиа** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.05 Медиакоммуникации (направленность : Контент-менеджмент)

ОПК.3 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиапродуктах

Индикаторы

ОПК.3.2 Разносторонне освещает деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах

ПК.1 Способен управлять информационными ресурсами

Индикаторы

ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент

4. Объем и содержание дисциплины

Направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации (направленность: Контент-менеджмент)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	8
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Проведение лабораторных работ, занятий по иностранному языку	0
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (8 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Корпоративные медиа

Курс "Корпоративные медиа" предназначен для знакомства студентов с разными видами СМИ и для более глубокого представления о разнообразии журналистской деятельности на современном этапе.

История корпоративных медиа и их типология

Рассматриваются вопросы развития корпоративных медиа в историческом аспекте, обуславливающих современную типологию.

Создание корпоративного сайта и его наполнение

Создание корпоративного сайта предполагает знакомство с современными информационными технологиями, позволяющими работать журналисту он-лайн в мультимедийной среде. Одновременно вводятся новые знания по проектированию СМИ.

Корпоративные медиа как инструмент менеджмента

Знакомство с аспектами деятельности корпоративных медиа, соприкасающихся с менеджментом корпорации для продвижения ее в общественной практике. Анализ структуры и стилистики текстов, выполняющих функции пиара.

Организация издания и выпуска корпоративных медиа

Знакомство с процессом организации работы над выпуском очередного номера корпоративного СМИ, формулирование актуальной повестки дня и поиск ключевых материалов для номера, уважаемых персон на уровне администрации предприятия, представителей властей, клиентов и партнеров.

Инструменты продвижения корпоративного сайта

Инструменты продвижения корпоративного сайта как источник популярности корпоративного сайта и средство донесения самых важных требований администрации к повышению производительности труда. Анализ социальных элементов сайта, степени его интерактивности, мультимедийности и гипертекстуальности.

Анализ эффективности корпоративного медиа в интернете

Сайт корпорации является примером интегрированных коммуникаций, поскольку выполняет функции как вертикального (внутрикорпоративного) СМИ, так и функции горизонтального корпоративного СМИ, направленного на связи с общественностью за пределами предприятия или организации. Эффективность сайта определяется на основе двух линий его информационной деятельности.

Жанры и приемы создания контента

Знакомство с понятием жанра, группами жанров по цели создания медийных текстов: информационные (пресс-релизы, имиджевые, рекламные), интервью со специалистом, статьи, дискуссии. Взаимосвязь жанра и информационной задачи, которая стоит перед журналистом корпоративного СМИ.

Презентация корпоративного медиа

Презентация корпоративного СМИ включает в себя несколько коммуникативных и информационных блоков, необходимость продумывания сценарного хода презентации, основных участников, vip-персон, участников создания СМИ и специалистов, которые способны оценить значимость нового информационного продукта для предприятия.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Веселкова Т. В. Эффективная эксплуатация сайта: Практическое пособие / Веселкова Т. В. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011, ISBN 978-5-394-01093-4. - 176. <http://www.iprbookshop.ru/741>
2. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://urait.ru/bcode/455652>

Дополнительная:

1. Бердышев, С. Н. Искусство оформления сайта. 2-е изд. : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 101 с. — ISBN 978-5-394-01546-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/5968>
2. Бломмерс, Дж. OpenView Network Node Manager. Разработка и реализация корпоративного решения : учебное пособие / Дж. Бломмерс. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 281 с. — ISBN 978-5-4497-0646-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/97534>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://vestnik.journ.msu.ru/books/2015/5/korporativnye-izdaniya-kak-raznovidnost-media-vykhod-na-massovuyu-auditoriyu/> Корпоративные медиа

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Корпоративные медиа** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
- доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)
- доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

- система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).
- система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.
- система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для лекционных занятий, занятий семинарского типа, групповой работы и текущего контроля предусматривается аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными

компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Корпоративные медиа**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.3

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиапродуктах

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.3.2 Разносторонне освещает деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах	Знает особенности функционирования общественных и государственных институтов. Умеет всесторонне осветить деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах. Владеет навыками профессионального предоставления контента в корпоративных медиа.	Неудовлетворител Не знает особенности функционирования общественных и государственных институтов. Не умеет всесторонне осветить деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах. Не владеет навыками профессионального предоставления контента в корпоративных медиа. Удовлетворительн Достаточно знает особенности функционирования общественных и государственных институтов. Достаточно умеет осветить деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах. Достаточно владеет навыками профессионального предоставления контента в корпоративных медиа. Хорошо На приемлемом уровне знает особенности функционирования общественных и государственных институтов. На приемлемом уровне умеет осветить деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах. На приемлемом уровне владеет навыками профессионального предоставления контента в корпоративных медиа. Отлично Досконально знает особенности функционирования общественных и государственных институтов. Умеет всесторонне осветить деятельность общественных и государственных институтов.

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично институтов в создаваемых медиапродукта. В полной мере владеет навыками профессионального предоставления контента в корпоративных медиа.

ПК.1

Способен управлять информационными ресурсами

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент	Знает основы творческой журналистской деятельности. Умеет собрать необходимую для публикации информацию, создать и редактировать созданный контент. Владеет навыками его продвижения в публичном пространстве.	Неудовлетворительн Не знает основы творческой журналистской деятельности. Не умеет собрать необходимую для публикации информацию, создать и редактировать созданный контент. Не владеет навыками его продвижения в публичном пространстве. Удовлетворительн Достаточно знает основы творческой журналистской деятельности. Достаточно умеет собрать необходимую для публикации информацию, создать и редактировать созданный контент. Достаточно владеет навыками его продвижения в публичном пространстве. Хорошо На приемлемом уровне знает основы творческой журналистской деятельности. На приемлемом уровне умеет собрать необходимую для публикации информацию, создать и редактировать созданный контент. На приемлемом уровне владеет навыками его продвижения в публичном пространстве. Отлично Досконально знает основы творческой журналистской деятельности. Умеет собрать необходимую для публикации информацию, создать и редактировать созданный контент. Устойчиво владеет навыками продвижения контента в публичном пространстве.

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	История корпоративных медиа и их типология Входное тестирование	Знание основных моделей и видов медиа
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент ОПК.3.2 Разносторонне освещает деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах	Создание корпоративного сайта и его наполнение Защищаемое контрольное мероприятие	Знание, умение и навык создавать и поддерживать корпоративный сайт
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент ОПК.3.2 Разносторонне освещает деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах	Инструменты продвижения корпоративного сайта Защищаемое контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки продвижения корпоративного сайта
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент ОПК.3.2 Разносторонне освещает деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах	Презентация корпоративного медиа Итоговое контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки презентации корпоративных медиа

Спецификация мероприятий текущего контроля

История корпоративных медиа и их типология

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **.5 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Знает модели и виды медиа	100
Знает некоторые виды медиа	41

Создание корпоративного сайта и его наполнение

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Знать исторические основы корпоративных СМИ, процесс создания корпоративного СМИ, процесс сбора, обработки и распространения информации в корпоративном СМИ, виды корпоративного СМИ и стратегию развития корпоративного СМИ.	10
Уметь опираться на исторические основы для развития корпоративных СМИ, создавать корпоративные СМИ, писать тексты для корпоративных СМИ, разрабатывать стратегию для корпоративных СМИ.	10
Владеть навыками создания корпоративного СМИ, навыками сбора, обработки контента, разработки стратегии корпоративных СМИ.	10
За допущенную ошибку снимается один балл.	-1

Инструменты продвижения корпоративного сайта

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Подготовить аналитическое выступление по теме региональных корпоративных СМИ в рамках обозначенной тематики корпоративных СМИ	15
Подготовить электронную презентацию в рамках обозначенной тематики корпоративных СМИ	15
За допущенную ошибку снимается один балл.	-1

Презентация корпоративного медиа

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: 17

Показатели оценивания	Баллы
Ответы на открытые вопросы теста (каждый вопрос оценивается в 5 баллов).	20
Выполнение 20 тестовых заданий закрытого типа.	20