

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» _____ июня _____ 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Деловая журналистика

Учебный план: ФГОС 3++_2020-2021_42.03.02_ВШПМ_ЗАО_Журналистика.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	4	64	4	2	Зачет
	РПД	4	64	4	2	
Итого	УП	4	96	4	3	
	РПД	4	96	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

Васильева Марина
Геннадьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и
медиа технологий сми

Шелонаев Сергей
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Шелонаев Сергей
Игоревич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области теории и практики деловой журналистики, дать представление о ее роли в современном информационном поле и об особенностях становления деловой прессы в России.

1.2 Задачи дисциплины:

- ознакомить студента с историей становления отечественной деловой прессы и с ее современным состоянием;
- сформировать представления о системе деловой прессы и ее основных типологических характеристиках;
- сформировать представления о системе аудиовизуальных деловых СМИ;
- изучить особенности деловой журналистики в сфере электронных медиа.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Корпоративные медиа
- Психология журналистики
- Правовые основы журналистики
- Социология журналистики
- Социальная адаптация журналиста
- Стилистика жанров СМИ
- Организация работы пресс-службы
- Теория массовой коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКо-2 : Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Знать: информационную политику делового СМИ, рынок деловых СМИ России, бизнес -издания США и Западной Европы; технологические инварианты функционирования разных типов СМИ и медиа в современном мире
Уметь: выделить критерии и характеристики типологии деловых изданий; отредактировать журналистский текст и (или) продукт в соответствии с требованиями делового издания
Владеть: навыками анализа бизнес-издания; навыками контроля за соблюдением редакционных стандартов делового СМИ

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. История и современное состояние деловой периодики	3				
Тема 1. Роль и место деловой журналистики в системе СМИ. Особенности экономической и деловой прессы как отдельного типа массмедиа. Принципы разделения экономической и деловой журналистики. Определение соответствующих предметов и объектов для этих типов журналистики. Роль и место деловой журналистики в системе современных СМИ: анализ главных событий в стране, их влияние на деловую жизнь; обеспечение аудитории оперативной информацией; анализ экономических проблем; распространение делового опыта; расширение делового кругозора; формирование идеологии предпринимательства и рыночного мышления. Экономическая основа для существования деловых СМИ.		2		4	ИЛ

<p>Тема 2. История деловой прессы в России. Зарождение деловой журналистики в России XVIII века. Элементы деловой прессы в первых периодических изданиях. Первые экономические журналы. Типология деловой периодики в первой половине XIX века. Развитие деловой прессы в период зарождения и развития капитализма. Биржевая пресса конца XIX — начала XX века. Зарождение и развитие советской экономической печати, ее основные задачи и типологические признаки.</p>			4	ИЛ
<p>Тема 3. Типология современной деловой периодики. Критерии и характеристики типологии деловых изданий. Контент делового издания как типобразующий фактор. Адресность издания как типобразующий фактор. Состав и структура аудитории деловой прессы. Рынок деловых СМИ России. Центральные и региональные деловые издания. Электронные деловые СМИ, их специфика.</p>			4	
<p>Тема 4. Зарубежная деловая периодика. Бизнес-издания США и Западной Европы. Политическая и тематическая направленность зарубежной деловой журналистики. Газетная и журнальная деловая пресса США. Европейская и американская бизнес-пресса на мировом рынке деловой периодики. Деловые СМИ как информационный бизнес и как инструмент влияния.</p>			6	

<p>Раздел 2. Специфика работы журналиста в деловом издании</p>				
<p>Тема 5. Структура редакции делового медиа. Типы и модели формирования структуры редакций: организационный аспект. Типовая структура редакции делового СМИ: тематические отделы, группы, подразделения. Организационная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников.</p>			4	
<p>Тема 6. Работа журналиста с источниками информации. Систематизация источников информации в деловом медиа, специфика и методы работы с ними. Типы источников информации. Законодательная и исполнительная власть как источник информации. Административные службы и общественные структуры. Информационные агентства и пресс-службы. Предприятия и учреждения, учреждения науки. Персоналии: эксперты, консультанты, коллеги. Визуальное наблюдение. Источники, ресурсы и носители информации. Специфика и способы использования различных носителей информации. Беседа, интервью, случайный разговор. Работа в архивах и библиотеках. Интернет-ресурсы как источник информации для журналиста.</p>	1		4	РИ

Тема 7. Этика делового журналиста. Объективность, достоверность и этика в деловой журналистике. Специфика деловой журналистики. Понятие объективности деловой журналистики. Признаки необъективного текста в деловом СМИ.		1		6	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 3. Создание журналистского материала для делового издания					
Тема 8. Формат и жанры деловой журналистики. Формат деловых медиа. Жанрообразующие факторы: факт, событие, процесс, личность. Обзор жанров журналистики, используемых в деловых медиа: новостная журналистика, аналитическая (статьи, обзоры), корреспондентская, репортажная, интерактивная (интервью). Специфика жанров, их синтезирование. Критерии выбора жанра при подготовке материала. Особенности сбора информации для разных жанров. Применимость жанров для подготовки материалов по тематикам.	4		2	18	

Тема 9. Структура контента делового медиа. Типовой рубрикатор делового издания: новостной блок, главные темы, экономика, финансы, бизнес, политика, наука и технологии, общество и культура, специальные проекты, индикаторы, колонки. Принципы модификации рубрикаторов. «Жесткость» макета. Требования к стилю (формату) и контенту делового медиа. Работа на целевую аудиторию.				14	
Тема 10. Составление и редактирование контента в деловых СМИ. Правила написания и редактирования текстов. Взаимоотношения редактора и журналиста. Функции заголовка в деловой прессе. Методика работы над заголовком и вводкой в деловой прессе. Требования к заголовкам. Правила создания подзаголовков. Правила написания лида. Правила разбивки на главки. Подписи к фотографиям. Основные правила и требования по редактированию материалов в деловом медиа. Новость в деловой прессе. Методология работы над новостью. Работа с контентом электронных деловых СМИ.			2	32	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)			4	64	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25		96	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКо-2	<p>Характеризует информационную политику делового СМИ, рынок деловых СМИ России, бизнес -издания США и Западной Европы; называет технологические инварианты функционирования разных типов СМИ и медиа в современном мире.</p> <p>Выделяет критерии и характеристики типологии деловых изданий. Редактирует журналистский текст и (или) продукт в соответствии с требованиями делового издания.</p> <p>Анализирует бизнес-издания. Определяет редакционные стандарты делового СМИ.</p>	Вопросы для устного собеседования, практические задания.

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся показывает достаточный уровень знаний в пределах основного учебного материала, без существенных ошибок выполняет предусмотренные в программе задания; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе; способен объяснить	
	взаимосвязь основных понятий дисциплины при дополнительных вопросах преподавателя. Допускает не существенные погрешности в ответе на зачете и при выполнении экзаменационных заданий, устраняет их без помощи преподавателя.	
Не зачтено	Обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не знаком с рекомендованной литературой, не может исправить допущенные ошибки.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Место деловых СМИ в системе современной журналистики.
2	Задачи и функции деловой журналистики.
3	Зарождение деловой журналистики в России XVIII века. Первые экономические журналы
4	Типология деловой периодики в первой половине XIX века
5	Развитие деловой прессы в период зарождения и развития капитализма.
6	Биржевая пресса конца XIX - начала XX века
7	Зарождение и развитие советской экономической печати, ее основные задачи
8	Типологическая структура специализированных изданий советской эпохи
9	Современная деловая печать: цели, задачи, функции
10	Типологии современных деловых изданий
11	Деловая журналистика в печатных СМИ
12	Контент делового издания как типобразующий фактор
13	Состав и структура аудитории деловой прессы
14	Центральные и региональные деловые издания
15	Рынок деловых СМИ России

16	Электронные деловые СМИ, их специфика
17	Политическая и тематическая направленность зарубежной деловой журналистики
18	Газетная и журнальная деловая пресса США
19	Типовая структура редакции делового СМИ
20	Систематизация источников информации в деловом медиа
21	Специфика и способы использования различных носителей информации
22	Интернет–ресурсы как источник информации для журналиста.
23	Этика делового журналиста
24	Формат деловых медиа
25	Жанры деловой журналистики
26	Структура контента делового медиа
27	Типовой рубрикатор делового издания
28	Требования к стилю и контенту делового медиа.
29	Функции заголовка в деловой прессе.
30	Правила написания лида.
31	Основные правила и требования по редактированию материалов в деловом медиа.
32	Методология работы над новостью.
33	Работа с контентом электронных деловых СМИ.

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Варианты типовых заданий:

1. Дать оценку эффективности делового издания. В результате анализа конкретного издания сделать вывод о соответствии его формата и контента политике издания, способах лоббирования конкретных интересов, успешности коммуникации с аудиторией, привлечении экспертов. Определить издателя/учредителя. тиража, формата., периодичности, целях и задачах издания, целевой аудитории, стилистики, дизайна, рубрикатора, жанров, контента

2. Организовать работу с экспертным сообществом: смоделировать формы и методы работы с профессиональными экспертами конкретной корпоративной среды, предложить вопросы для Круглого стола, интервью, сформулировать задачи медиатора. Представить тексты в жанре интервью, эссе, сформировать план Круглого стола (задачи, участники, вопросы)

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в форме устного собеседования. Разрешается пользоваться справочными (статистическими) и иллюстративными (издания деловой прессы) материалами. Время на подготовку ответа – 20 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Русакова Л. М.	Деловые коммуникации в современном мире	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017240
Головки С. Б.	Дизайн деловых периодических изданий	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/83031.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				

Логотова Е. В., Якиманская И. С., Биктина Н. Н.	Психология делового общения	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2013	http://www.iprbookshop.ru/30126.html
Рожкова М. А., Глазкова М. Е., Афанасьев Д. В., Вороженич А. С., Рожкова М. А.	Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений)	Москва: Статус	2015	http://www.iprbookshop.ru/49055.html
Кузнецова Е. В.	Деловые коммуникации	Саратов: Вузовское образование	2017	http://www.iprbookshop.ru/61079.html
Круталевич М. Г., Прытков Р. М., Холодилина Ю. Е., Бурдюгова О. В.	Деловые коммуникации	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	http://www.iprbookshop.ru/61357.html
Борисова Е.	Элементы стиля: Принципы убедительного делового письма	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82407.html

Большева С. А., Юферева А. С.	Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь»)	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/65943.html
Амиров В. М., Олешко В. Ф.	Деловая журналистика	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2013	http://www.iprbookshop.ru/65923.html
Поморцева Л. Я., Зауэрвайн Л. Т.	Деловая риторика	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2014	http://www.iprbookshop.ru/29654.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks // <http://www.iprbookshop.ru/>
Электронно-библиотечная система «Юрайт» // <https://urait.ru/catalog/full>
Научная электронная библиотека Elibrary // <https://www.elibrary.ru/>
Google Scholar // <https://scholar.google.ru/>
Web of Science // <https://login.webofknowledge.com/>
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска