

**Приложение 1 к РПД Создание корпоративного печатного издания
42.03.02. Журналистика.
Направленность (профиль) Медиа-рилейшнз
Форма обучения – очная
Год набора - 2022**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Направление подготовки	42.03.02. Журналистика
3.	Направленность (профиль)	Медиа-рилейшнз
4.	Дисциплина (модуль)	Создание корпоративного печатного издания
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

1. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных и практических занятий

1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

1.3 Методические рекомендации по подготовке творческого задания

Чтобы на основе проведенного опроса составить концепцию корпоративного издания вуза, необходимо изучить историю и современное состояние высшего учебного заведения. Выяснить, что такое концепция печатного издания. Потом провести опрос по заранее составленному плану.

Концепцию необходимо представить в виде письменной работы.

1.4 Методические рекомендации по подготовке кейс-задания

Подготовка кейс-задания (кейса) представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов.

Работа с кейсом осуществляется поэтапно. Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями. Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать. Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить. Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения. Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например перечня действий или последовательности действий. Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение. Восьмой этап – подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Требования к оформлению и представлению кейс-задания

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет - презентация. Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения.

Требования к устной презентации:

- помните, что компьютерная презентация не предназначена для автономного использования, она должна лишь помогать докладчику во время его выступления, правильно расставлять акценты;
- не усложняйте презентацию и не перегружайте ее текстом, статистическими данными и графическими изображениями;
- не читайте текст на слайдах. Устная речь докладчика должна дополнять, описывать, но не пересказывать, представленную на слайдах информацию;
- дайте время аудитории ознакомиться с информацией каждого нового слайда, а уже после этого давать свои комментарии показанному на экране. В противном случае внимание слушателей будет рассеиваться;
- делайте перерывы. Не следует торопиться с демонстрацией последующего слайда. Позвольте слушателям подумать и усвоить информацию;
- предложите раздаточный материал в конце выступления, если это необходимо. Не делайте этого в начале или в середине доклада, т.к. все внимание должно быть приковано к вам и к экрану;
- обязательно отредактируйте презентацию перед выступлением после предварительного просмотра (репетиции).

Требования к письменной презентации:

Кейс-задание выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word, формат листа А4. Кейс-задание должен иметь введение, основную часть (2-3 главы), заключение и список использованных источников (книги, журналы, газеты, интернет-публикации, электронные ресурсы и др.). Нумерация в кейс-задании выполняется со 2-ой страницы, внизу («от центра» или «справа»). Размер шрифта: основной – 14, сноски (внизу страницы в автоматическом режиме) – 12. Абзац (красная строка) – отступ – 1,25 см. Межстрочный интервал – полуторный. Объем кейс-задания – 5-10 страниц.

1.5 Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета

Подготовка к зачету способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых в процессе обучения, а также применению их к решению практических

задач. Готовясь к зачету, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка к зачету включает в себя самостоятельную работу в течение всего периода обучения и непосредственную подготовку в дни, предшествующие зачету по темам разделам и темам учебных дисциплин, выносимым на зачет.

При подготовке к зачету обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, основную и дополнительную литературу.

Во время ответа на поставленные вопросы надо быть готовым к дополнительным или уточняющим вопросам. Дополнительные вопросы связаны, как правило, с неполным ответом. Уточняющие вопросы задаются, чтобы либо конкретизировать мысли студента, либо чтобы студент подкрепил те или иные теоретические положения практикой. Полный ответ на уточняющие вопросы лишь усиливает эффект общего ответа обучающегося.

2. Планы практических занятий

Тема 1: Корпоративные СМИ в системе медийных изданий

План:

1. Предпосылки зарождения корпоративной журналистики в Российской Империи и СССР.
2. Корпоративная журналистика в 1990-е гг.
3. Место корпоративной журналистики в отечественных СМИ.
4. Негативные факторы, влияющие на развитие корпоративной журналистики.
5. Финансовые и кадровые трудности корпоративных СМИ.
6. Планирование деятельности в корпоративном СМИ

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем состоят предпосылки появления корпоративной печати?
2. Какие типы корпоративной журналистики существует в современных СМИ?
3. В чем особенности планирования в КСМИ?

Литература: [1, 81-92, 93-184]; [2]; [3, с. 6-83]

Задания для самостоятельной работы:

1. Подготовьте творческой группой план исследования / опроса. Обсудите / апробируйте его на занятии.
 2. Выполните кейс-задание. Представьте результаты исследования на занятии.
- Спланируйте и проведите исследование запроса аудитории вуза (предприятия) о концепции / дизайне/ проблематике корпоративного издания вуза (предприятия).

Тема 2: Особенности подготовки материалов в корпоративном СМИ

План:

1. Корпоративные СМИ: особенности подачи информации.
2. Психологические аспекты восприятия информации: вопросы доверия к источнику, соблюдение законности и этических норм, доступность восприятия.
3. Особенности обработки и проверки полученной информации для материала в корпоративном СМИ в зависимости от типа издания

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы особенности подачи информации в КСМИ?

2. Различаются ли обработка и проверка полученной информации для материала в корпоративном СМИ в зависимости от типа издания (BtoB, BtoC, BtoP)?

Литература: [1, с. 187-442], [2]; [3, с. 6-83]; [4]; [5].

Задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте выпуски любого корпоративного печатного издания. В чем состоят особенности подачи информации?
2. Выполните творческое задание: напишите материал в корпоративное издание

Тема 3: Особенности создания и функционирования корпоративного СМИ

План:

1. Жанровые и стилистические особенности подачи информации.
2. Жанровое разнообразие журналистских материалов в корпоративном СМИ в зависимости от типа издания.

Вопросы для самоконтроля:

В чем состоит жанровое и стилистическое разнообразие журналистских материалов в корпоративных СМИ?

Литература: [1, с. 187-442], [2]; [3, с. 6-83]; [4]; [5].

Задания для самостоятельной работы:

3. Проанализируйте выпуски любого корпоративного печатного издания. Как вы видите перспективы развития этого издания?
4. Выполните творческое задание: трансформируйте жанр публикации в КСМИ