

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Деловая журналистика»

Дисциплина «Деловая журналистика» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

#### **Цели и задачи дисциплины**

Цель дисциплины – формирование способности применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия; для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности. Задачи дисциплины: формирование знаний: • особенности политических, экономических факторов и этических норм, регулирующих развитие деловых медиа на глобальном, национальном и региональном уровнях; • виды и средства современных коммуникативных технологий и основные методы оценки эффективности медиа текстов и медиапродуктов делового формата с учетом последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; • законодательство Российской Федерации в области СМИ, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику редакции. формирование умений: • использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов; • использовать выявленные тенденции развития деловых медиа региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью; • анализировать, создавать и редактировать профессионально-ориентированные тексты в сфере деловой журналистики; • применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. формирование навыков: • разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования системы деловых медиа, правовых и этических норм ее регулирования; • навыками работы с информационно-поисковыми системами. • создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы.

### Изучаемые объекты дисциплины

- Понятие «деловая журналистика» и «деловые медиа», система стилей современного языка деловой журналистики.
- Языковые и стилистические особенности языка деловой журналистики
- Жанры деловой журналистики.
- Основные языковые и стилистические проблемы текстов деловых медиа, функционирующих в сфере рекламы и PR.
- Редактирование материалов деловых медиа; его цели и задачи.

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах			
		Номер семестра			
		1			
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	47	47			
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:					
- лекции (Л)				9	
- лабораторные работы (ЛР)					
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)				36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)				2	
- контрольная работа					
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	25	25			
2. Промежуточная аттестация					
Экзамен	36	36			
Дифференцированный зачет					
Зачет					
Курсовой проект (КП)					
Курсовая работа (КР)					
Общая трудоемкость дисциплины	108	108			

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	
1-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ТЕМА 4. Деловые медиа как субъект и объект коммуни-кационного взаимодействия с бизнес-средой, обществен-ностью и государством	3	0	10	8
Деловые медиа и бизнес-среда: возможности и пределы взаимодействия и сотрудничества. Деловое издание и его владельцы: пределы автономности редакционной политики. Реклама в деловых медиа: особенности форматов, принципы размещения. Жанровые особенности рекламных материалов в деловых изданиях. Имиджевая и нативная реклама в дело-вых медиа. Специфика нерекламного размещения информа-ции в деловых медиа. Паблицити как разновидность PR-текста и способ размещения информации в деловых СМИ. Особенности и форматы взаимодействия деловых медиа с PR-подразделениями бизнес-структур и PR-агентствами. работы с пиар-службами. Деловые медиа как фактор формирования репутационного и публицитного капитала коммерческой организации. Деловые медиа как средство формирования имиджа для руководства и персонала организации. Деловые медиа как источник формирования общественного мнения. Взаимодействие деловых медиа и органов власти федерального, регионального, муниципального уровней. Деловые медиа как субъект журналистской исследовательской деятельности. Деловые медиа и журналистская этика. Деловые медиа в России: условия функционирования и перспективы развития. Структура и				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
особенности современного российского рынка деловых СМИ. Закон об иностранном капитале. Конвергенция СМИ и ее влияние на деловые медиа. Технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и медиапродуктов делового формата				
ТЕМА 1. Предмет деловой журналистики. Основные категории и разделы деловой журналистики. Понятие деловой журналистики. История зарождения и формирования деловой журналистики как отдельной отрасли медиаиндустрии.	2	0	10	7
Деловая журналистика как составная часть теории и практики средств массовых коммуникаций. Деловая сфера и деловая информация как объектно-предметная область деловой журналистики. Цели, задачи и функции деловой журналистики. Деловые средства массовой информации как субъект деловой журналистики. Типология деловой журналистики. Роль и место корпоративных изданий промышленных предприятий в становлении системы деловых медиа. Сферы бизнеса и общественно-политической жизни, освещаемые деловыми медиа. Социологические характеристики аудитории деловой журналистики. Соотношение целей, задач и функций деловой журналистики и общественно-политической журналистики. Деловая журналистика как фактор формирования самостоятельной специальности и профессии «связи с общественностью». Особенности деловой журналистики на разных исторических				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
<p>этапах развития обществ. История деловой журналистики в странах Западной Европы и США.</p> <p>История деловой журналистики в России.</p> <p>Движение макреюкеров и формирование жанра расследовательской журналистики как фактор развития индустрии деловых медиа и связей с общественностью</p>				
<p>ТЕМА 3. Деловые медиа: типология, организацион- ная структура и специфика функционирования</p>	2	0	8	5
<p>Понятие, типы и виды деловой прессы.</p> <p>Агентства деловой и экономической информации.</p> <p>Деловая пресса. Универсальные, специализированные и профессиональные журналы. Еже-дневные, еженедельные и ежемесячные деловые издания.</p> <p>Дизайн и верстка делового издания.</p> <p>Иллюстрирование дело-вого СМИ.</p> <p>Особенности визуализации деловой информации.</p> <p>Инфографика.</p> <p>Специфика телевизионных деловых СМИ.</p> <p>Критерии качества деловой информации: надежность, досто-верность и прозрачность информации.</p> <p>Юридические и этические аспекты работы с бизнес-информацией. Журналист де-лового издания: требования, квалификация, подготовка.</p> <p>Типы и модели формирования структуры редакций: организацион-ный аспект. Типовая структура редакции делового СМИ: тематические отделы, группы, подразделения. Организацион-ная структура, иерархия, структура подчинения, компетенция и зоны ответственности сотрудников. Функции генерального директора, главного редактора, заместителей главного редактора</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
(распределение зон компетенции).				
ТЕМА 2. Язык материалов деловых средств массовой коммуникации. Особенности языка деловой журналистики в зависимости от отраслевой принадлежности СМИ и тематической специализации журналиста.	2	0	8	5
Язык средств массовой коммуникации: понятие, функции, разновидности, жанры. Язык деловых средств массовой информации. Языковые особенности делового стиля журналистики. Жанры деловой журналистики. Соотношение журналистики факта и журналистики мнения в структуре деловой журналистики. Содержание деловых медиа. Языковые особенности деловых медиа, специализирующихся на промышленной, транспортной, строительной, финансовой, сельскохозяйственной, телекоммуникационной, консалтинговой тематике. Тематическая специализация журналистов деловых СМИ. Типы и виды материалов деловой журналистики. Экспертные статьи. Новости в деловом издании. Аналитика в деловом издании. Особенности интервью в деловом СМИ. Источники информации и требования к ней. Проблемы написания материала деловой журналистики: открытость информации, сопоставимость данных. Рейтинги и специальные проекты как вид материалов деловой журналистики. Особенности составления заголовков и подзаголовков деловых публикаций и материалов. Типы заголовков: заголовок–прилагательное, заголовок–глагол, заголовок–обобщение, заголовок–фраза. Правила написания подзаголовков, лида. Основные правила и требования по				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
редактированию материалов в деловом медиа. Взаимоотношения редактора и журналиста. Взаимоотношения журналиста и эксперта, респондента СМИ. Отраслевые деловые медиа и их специфика				
ИТОГО по 1-му семестру	9	0	36	25
ИТОГО по дисциплине	9	0	36	25