

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 14.09.2023 14:18:53
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a56727427

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор



_____/Е.Л. Хохлогорская/

«16» февраля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕТОДИКА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА В ДЕЛОВЫХ СМИ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профиль
Деловая журналистика

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная

Москва, 2023 г.

Разработчик:

Д.ф.н., профессор кафедры «Журналистика и массовые

коммуникации имени М.Ф. Ненашева»



/С.С. Распопова/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые
коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,



к.ф.н., доцент

/Е.В. Первалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Методика работы журналиста в деловых СМИ» – формирование способности применять современные коммуникативные технологии в освещении актуальных вопросов бизнеса, финансов и экономики.

К числу основных задач освоения дисциплины относятся:

1. Формирование знаний: особенности политических, экономических факторов и этических норм, регулирующих развитие деловых медиа на глобальном, национальном и региональном уровнях.
2. Освоение студентами современных коммуникативных технологий и основных методов оценки эффективности медиатекстов и медиапродуктов делового формата с учетом последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.
3. Знакомство с законодательством Российской Федерации в области СМИ, стандартами и этическими принципами, регулирующими деловую коммуникацию.
4. Выработка у студентов навыков создания и редактирования текстов в сфере деловой журналистики.
5. Освоение студентами технологии создания медиатекстов, медиапродуктов, и коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы.

Обучение по дисциплине «Методика работы журналиста в деловых СМИ» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2. Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	ИПК-2.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта ИПК-2.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами ИПК-2.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к числу дисциплин по выбору блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками: Медиакоммуникации в журналистике, Социология СМИ, Государственная экономическая политика и ее освещение в деловой журналистике; Типология деловых СМИ, Корпоративные СМИ, Разработка и продвижение медиапроектов экономической тематики, Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	7 семестр
1	Аудиторные занятия	54	54
	В том числе:		
11	Лекции	18	18
12	Семинарские/практические занятия	36	36
13	Лабораторные занятия	-	-
2	Самостоятельная работа	18	18
	В том числе:		
21	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	18	18
3	Промежуточная аттестация		
	Зачет	-	-
	Итого	72	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					Самостоятельная работа
		Всего	Аудиторная работа				
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия		
1	Тема 1. Источники информации в работе делового журналиста	8	2	4	-	-	2
2	Тема 2. Разновидности досье в работе журналиста	8	2	4	-	-	2
3	Тема 3. Основные документы и принципы работы с ними	8	2	4	-	-	2
4	Тема 4. Информационные поводы для публикаций в деловом СМИ	8	2	4	-	-	2
5	Тема 5. Практика получения и анализа информации в деловом СМИ	8	2	4	-	-	2
6	Тема 6. Язык и стиль деловой журналистики	8	2	4	-	-	2
7	Тема 7. Правовое регулирование деятельности журналиста деловых СМИ	8	2	4	-	-	2

8	Тема 8. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение делового журналиста	8	2	4	-	-	2
9	Тема 9. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий	8	2	4	-	-	2
	Зачет	-					-
	Итого	72	18	36			18

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Источники информации в работе делового журналиста

Пресс-службы, информационные агентства, официальные сайты министерств, ведомств и предприятий, статистические отчеты, периодически публикуемые государственными организациями, справочники и статистические бюллетени; доклады и справки, разрабатываемые некоммерческими организациями, работающими в деловой тематике; монографии и доклады, публикуемые исследовательскими структурами; материалы диссертаций и иных научных работ по бизнес-тематике; материалы конференций и различных форумов, обсуждающих деловую тематику; материалы международных организаций, анализирующих те или иные аспекты российской экономики; представители власти, делающие те или иные заявления, имеющие значение для развития экономики; правоохранительные органы, расследующие те или иные преступления экономического характера; предпринимательские союзы и ассоциации, анализирующие те или иные аспекты деловой жизни страны и региона; суды общей юрисдикции и арбитражные; администрации различных уровней, принимающие решения по экономической повестке; публикации СМИ по экономической тематике, материалы экономического характера, опубликованные в сети Интернет; люди, обсуждающие те или иные аспекты экономики; слухи, досье, ведущиеся в редакции по той или иной бизнес-проблематике, или личное досье журналиста.

Тема 2. Разновидности досье в работе журналиста

Досье как помощник бизнес-журналиста. Досье – это систематизированное накопление разнородной информации по той или иной интересующей журналиста проблематике. Досье может быть как в «бумажном», так и в электронном формате или состоять из «традиционных» и из электронных материалов. Различают несколько видов досье: портретное, тематическое и проблемное. В портретном досье, речь идет о накоплении информации о том или ином субъекте бизнеса. Всевозможные факты, которые могут охарактеризовать его (их) как с морально-нравственной стороны, так и с точки зрения деловых качеств. Биографические данные, карьерная лестница, деловые и политические контакты, в том числе неформальные, слухи, подтвержденные и неподтвержденные данные о собственности и активах, задекларированных и не задекларированных (извлечение данных из налоговой декларации и иных регистрационных документов). Отзывы людей, хорошо знающих изучаемого как с хорошей, так и не с лучшей стороны. Справки о бизнес-партнерах и отношениях с ближайшими соратниками, взаимоотношениях с подчиненными, личная жизнь потенциального героя публикации.

Тематическое досье - это факты и документы по какой-то конкретной теме, по какому-то конкретному предприятию или группе предприятий. Цель накопления документов в такой папке — набрать аргументацию для изложения какой-либо авторской мысли. Тематическое досье комплектуется широким списком документов: документы налогового учета, и материалы различного рода проверок, и статистика, любые документы

функционирования того или иного бизнеса. Оперативные материалы «силовиков», их комментарии, материалы общественных организаций, различного рода экспертизы и отзывы специалистов. Журналистский материал и его отличие от следственного документа не несет жестких фактических доказательств. Проблемное досье формируется по какой-то более широкой проблеме (банковское кредитования, индивидуальное строительство и др.). Задача проблемного досье — накопить факты для последующей журналистской разработки многих тем. Если тематическое досье выполняет свою функцию и перестает пополняться после одной публикации, то проблемное ведется годами и пополняется непрерывно. Каналами получения информации являются PR-службы, которые информируют журналистов посредством организации презентаций и брифингов, пресс-конференций, пресс-релизов, специальных информационных бюллетеней, пресс-туров, предосмотров и др.

Тема 3. Основные документы и принципы работы с ними

Текстовые документы — это различного рода законодательные и нормативные акты, внутренние и внешние документы, разрабатываемые на предприятиях, в учреждениях и организациях, неформальные (извлечение информации экономического характера, в том числе из справочников открытого доступа, энциклопедий, словарей и даже художественной литературы). Аудиторские документы и документы, с помощью которых осуществляется бухгалтерский учет, личные документы героев публикации — от воспоминаний до пометок на служебных совещаниях, от писем до трудовой книжки. Электронные документы : пресс-релизы, информация на официальных сайтах Центрального банка РФ (cbr.ru), Министерства финансов Российской Федерации (minfin.ru), Министерства экономики и развития (econotrugov.ru), Государственного комитета по статистике (gks.ru) и т. д. Аналогичные материалы, имеющие региональный уровень, публикуются на сайтах министерств и ведомств республик, краев и областей Российской Федерации. Электронные документы на сайтах общественных организаций, анализирующих деятельность российского и мирового бизнеса (официальный сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» (opora.ru)). Электронные версии СМИ, относящиеся к сегменту деловых; публикации коллег, работавших по тому или иному направлению, бизнес-приложения в СМИ (электронное приложение «Финансовые Известия» (finiz.ru)); специальные аналитические центры, где изучается информация, поступающая с мировых финансовых и фондовых площадок. Электронные базы данных и архивы: Factiva (глобальная аналитическая служба), Lexis-Nexis (аудиторская база), Интегрум (архив электронных документов, Public.ru (архив журналистских источников, насчитывающий несколько миллионов документов), СКАН (архив агентства «Интерфакс»). Форумы, блоги, различного рода дискуссионные площадки, расследовательские агентства (Агентства журналистских расследований «АЖУР»), сайты, накапливающие деликатную информацию о тех или иных персонах мира политики и бизнеса, — compromat.ru и им подобные.

Тема 4. Информационные поводы для публикаций в деловом СМИ

Десять информационных поводов, являющихся традиционными при освещении различных отраслей экономики. Производственные результаты компаний (тенденции); финансовые результаты, выход отчетности; изменения в законодательстве; приобретение новых активов, сделки слияния и поглощения; размещение ценных бумаг; кадровые назначения и отставки; крупные инвестиционные проекты; судебные разбирательства; конфликты собственников, поставщиков, потребителей; появление на рынке новых игроков, банкротство существующих. Результаты деятельности компаний и отраслей в целом в сравнении с показанными ранее, результаты в динамике. Показ тенденции и

составления подробного анализа составляющих успеха или неуспеха тех компаний или корпораций. Финансовые результаты деятельности компаний. Собственно финансовые результаты могут быть представлены в диаграммах, бэкграундовых справках и прочих нетекстовых вариантах. Имеет смысл сообщать основные показатели, которые ложатся в основу выводов журналиста, подкрепляют его тезисы. Материалы, имеющие информационный повод «изменения в законодательстве», строятся по схеме: суть изменений, их необходимость, будет ли достигнут ожидаемый эффект, побочные последствия, предложения по усовершенствованию. Приобретения новых активов, сделки слияния и поглощения. Данный информационный повод требует от журналиста раскрытия сути произошедшего: кто, какие конкретно активы, за сколько, по какой схеме покупает, а также краткого повествования о смысле деятельности и истории взаимоотношений ее участников, планах объединенной компании, проблемах, способных помешать их реализации, подоплека сделки и возможные осложнения. Информация о размещении ценных бумаг. Журналист должен обратить внимание на следующие обстоятельства: необходимо указать организатора, объем размещения, потенциальных и реальных покупателей ценных бумаг, их стоимость, результаты. Кадровые назначения и отставки. Имеют смысл в качестве информационного повода в том случае, если они происходят на высоком уровне (не ниже мэров или сити-менеджеров городов, министров региональных правительств, руководителей крупных компаний) либо имеют интересную предысторию. Информационный повод могут иметь назначения специалистов, не представляющих топ-менеджмент, но знаковых в своей сфере деятельности. Крупные инвестиционные проекты. Инвестиции (объем, источники, инвесторы, сроки окупаемости), технические характеристики проекта (оборудование, мощность), его будущее, а также история аналогичных проектов, как положительная, так и отрицательная (в случае если проект так и не был реализован). Судебные процессы, посвященные экономической тематике. Такие процессы могут идти как в Арбитражных судах, так и в судах общей юрисдикции. Особый интерес представляют процессы, так или иначе связанные с персонами, имеющими значительный вес в экономической жизни страны и региона. Материалы, связанные с какими-то прецедентными фактами. Не должны оставаться без внимания дела, где присутствуют факты экономического характера, имеющие высокую социальную значимость. Могут быть и моменты курьезного характера.

Тема 5. Практика получения и анализа информации в деловом СМИ

Получение предварительной информации. На этом этапе журналист действует, основываясь на собственном любопытстве. Наличие этого качества позволят собирать разрозненные сведения для того, чтобы структурировать их в будущем. Получать информацию можно, читая периодическую литературу, всевозможные отчеты, фильмы и телепрограммы; посещая интернет-сайты; беседуя с разными людьми. Роль в формировании информационной повестки принадлежит официальным сайтам органов власти всех уровней: статистические отчеты, проекты документов и законов, соглашения с различными бизнес-структурами. Источниками первичной информации в Интернете для делового СМИ могут служить отраслевые форумы (банкиров, страховщиков, брокеров, поставщиков лома и металлопроката). Они отслеживают изменения на интересующем рынке; дают возможность установить личный контакт с возможными источниками.

Блогосфера - место появления неожиданной и сенсационной информации. Деловое издание может находить там не только информационные поводы для написания и использовать данные для создания собственной статистики об активности рынка, о средневзвешенной стоимости объектов в тех или иных сегментах.

Тема 6. Язык и стиль деловой журналистики

Особенности: наличие большого количества экономических и технических терминов, большая часть из которых — иностранные. Термины относятся к финансовым, торговым, биржевым, промышленным, строительным и многим иным аспектам. Наличие большого количества фамилий и названий, ничего не говорящих читателю. Упоминание большого количества брендов, в том числе относимых к одному производителю. Наличие описаний различных сложных бизнес-процессов. Наличие большого числа цифровых показателей, в том числе указанных в различных стандартах. Необходимость обильного цитирования в стандартах издания. Как правило, деловые тексты отличает большое количество цитат, которые приводятся для повышения точности изложения. Особую сложность представляет цитирование пространственных заявлений героев публикации.

Подход к публикации в бизнес-издании требует соблюдения правил функционально-делового стиля, тщательного выбора композиции и лексики. Намеренно снижается и эмоциональность, преобладает нейтральная оценочность. Регламент функционально-делового стиля. Деловые публикации отличает компактность и сочетание аналитичности и аргументативности с относительной краткостью, массированное использование справочных и фоновых (бэкграундовых) материалов. Краткость и компактность журналистских текстов в деловом издании компенсируются приведением большого количества справочных материалов — таблиц, инфографики, цитат, исторических справок и ссылок. Стройность логико-смысловой структуры, четкость аргументации, образность — качества, присущие добротному журналистскому тексту, в полной мере относятся и к такому непростому в реализации направлению, как деловая журналистика.

Тема 7. Правовое регулирование деятельности журналиста деловых СМИ

Журналист имеет право искать, запрашивать, получать и распространять информацию. Посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения. Быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации. Получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну. Право на имя (распространять под своим именем, под псевдонимом или без подписи) (это право вытекает из общих положений авторского права и одинаково для любого автора, независимо от того, является он журналистом или нет. Для журналиста же право публиковаться под псевдонимом или без подписи вообще носит еще и характер защиты его личности и безопасности в случаях, когда обнародование текста может привести к опасным для журналиста и его семьи последствиям. При этом редакция обязана хранить в конфиденциальности имя журналиста, принявшего решение поставить под текстом псевдоним, на тех же основаниях, что и охрана конфиденциальности источника информации (п.1, 2 ст. 41 Закона РФ «О СМИ»). Даже в случае требования в суде редакция всегда может взять всю ответственность на себя и не раскрыть имя журналиста, готовившего материал, сославшись на ст. 41 и на то, что это редакционный материал, участие в подготовке которого принимали многие сотрудники редакции или что это текст, полученный редакцией по почте от анонимного источника.) Отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям (Это важное право, гарантирующее журналисту его право на свободу выражения мнения и свободу убеждений.). Не раскрывать свой источник информации (ст. 41 Закона РФ о СМИ) (это одна из важнейших гарантий профессиональной деятельности, профессиональной репутации и в том числе безопасности журналиста, о чем подробнее мы расскажем ниже).Получать доступ к информации о деятельности органов власти в порядке редакционного запроса в течение 7 дней (Это право прописано в деталях в ст. 39–40 Закона о СМИ .Распространять сведения о частной жизни гражданина без его согласия, когда этого требует защита общественного интереса (п.5 ст. 49) (Это исключение из общей

обязанности брать согласие у гражданина на распространение информации о его частной жизни, к чему относятся и изображение гражданина (ст. 152.1 ГК РФ)), его другие персональные данные (ст. 6. 7 Федерального Закона «О персональных данных») и обстоятельства его частной жизни. В целом важно понимать, что с частной жизнью гражданина следует обращаться с должным уважением, не нарушая без необходимости ее конфиденциальность, если только само поведение гражданина не стало противоречить интересам общества.)

Тема 8. Профессионально- этические нормы, регулирующие поведение делового журналиста

Первоочередная задача журналиста — обеспечить право граждан на получение достоверной, возможно более точной и полной информации о фактах и текущих событиях. Журналист отвечает именем и репутацией за точность информации о фактах, честность в передаче мнений, за добросовестное, непредвзятое освещение текущих событий в том контексте, в котором информация о фактах, мнениях и событиях приобретает смысл для конкретного гражданина, отдельной социальной группы, аудитории в целом. Публикация материала, обнаруживающего признаки дезинформации, признаётся недопустимой, несовместимой с принципами и нормами журналистской профессии. Профессиональная ответственность и уважение к обществу требуют от журналиста и редакции СМИ уважения права гражданина на опровержение и на ответ. Добросовестный журналист проводит чёткое, понятное аудитории разграничение между новостями (новостной информацией), с одной стороны, и мнениями, суждениями и комментариями, с другой; выделяет и отделяет специальными профессиональными приёмами от достоверной информации слухи, отделяет архивную информацию от новостной, а документальный фото-, кино-, видео- и аудиоматериал от материала, способного произвести впечатление документального; во всех случаях указывает источники информации

Тема 9. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий

Жанровая палитра экономической журналистики: преимущество аналитической журналистики. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале. Опыт известных зарубежных экономических обозревателей. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий. Понятие "экономического жанра" в журналистике. Медiateкст в деловом издании: тематические, функциональные и технологические особенности. Жанровая палитра экономической журналистики: преимущество аналитической журналистики. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале. Экономическая журналистика в электронных средствах массовой информации. Специфика освещения экономических проблем на телевидении и радио: экономическое радиообозрение и экономических телеканал. Особенности экономических изданий в Интернете. Понятие деловых телеканалов и радиостанций. Специфика освещения экономических проблем на телевидении и радио: экономическое радиообозрение и экономический телеканал. Жанровые особенности экономического радиообозрения за рубежом. Известные зарубежные экономические обозреватели. Специфика радиопрограммы делового характера в прямом эфире. Подготовка телевизионного экономического обозрения: специфика и жанровые особенности. Экономические издания в Интернете: функциональные особенности и специфика.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

Семинары 1-2. Источники информации в работе делового журналиста
Семинары 3-4. Разновидности досье в работе журналиста
Семинар 5-6. Основные документы и принципы работы с ними
Семинары 7-8. Информационные поводы для публикаций в деловом СМИ
Семинары 9-10. Практика получения и анализа информации в деловом СМИ
Семинары 11-12. Язык и стиль деловой журналистики
Семинары 13-14. Правовое регулирование деятельности журналиста деловых СМИ
Семинары 15-16. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение делового журналиста
Семинары 17-18. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512575> (дата обращения: 01.06.2023).

Деловая журналистика : конспект лекций / . — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 84 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102902.html> (дата обращения: 01.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102902>

Амиров В.М. Деловая журналистика : учебное пособие / Амиров В.М.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 100 с. — ISBN 978-5-7996-0902-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/65923.html> (дата обращения: 01.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3. Дополнительная литература

Тертычный А.А. Аналитическая журналистика : учебное пособие для студентов вузов / Тертычный А.А.. — Москва : Аспект Пресс, 2020. — 352 с. — ISBN 978-5-7567-

0555-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111458.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Аналитическая журналистика : конспект лекций / . — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 124 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102896.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102896>

4.3 Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Методика работы журналиста в деловых СМИ» - в разработке.

4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России <https://ruj.ru/>
2. Российская государственная библиотека. <http://www.rsl.ru/>
3. Государственная публичная историческая библиотека России. <http://www.shpl.ru/>
4. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru/>
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Лекционный курс строится на тесной взаимосвязи научных представлений с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии, готовятся рефераты по основным темам курса.

Темы семинаров построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов. Рекомендуется на семинарах прослушивать доклады проблемного характера. Желательно, чтобы студент хорошо ориентировался в

тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны быть понятны студентами и излагаются на первом семинарском занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятиях, деловые игры, контрольные работы.

Форма промежуточной аттестации – зачет в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, задания для деловых игр, тематику контрольных работ, контрольные вопросы для проведения зачета.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка по «зачтено», «не зачтено».

Оценка «**зачтено**» выставляется в том случае, если обучающийся знает методику создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; критерии прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы; правовые и этические нормы, регулирующие авторскую деятельность журналиста в сфере деловых медиа. Умеет применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов на практике; использовать социологические методы и экспертное мнение для осуществления прогноза в сфере СМИ; использовать российское законодательство и этические нормы профессиональной этики журналиста в сфере деловых СМИ. Владеет навыками создания медиатекстов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности; методами оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в сфере деловых СМИ; способностью создавать медиатексты деловой тематики с учетом соблюдения правовых и этических регуляторов поведения журналиста.

Оценка «**не зачтено**» выставляется в том случае, если обучающийся не знает методику создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; критерии прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы; не правые и этические нормы, регулирующие авторскую деятельность журналиста в сфере деловых медиа. Не умеет применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов на практике; не способен использовать социологические методы и экспертное мнение для осуществления прогноза в сфере СМИ; не способен использовать российское законодательство и этические нормы профессиональной этики журналиста в сфере деловых СМИ. Не владеет навыками создания медиатекстов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности; не владеет методами оценки эффективности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов в сфере деловых СМИ; не способен создавать медиатексты деловой тематики с учетом соблюдения правовых и этических регуляторов поведения журналиста.

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Понятие качественной прессы. Основные принципы качественной прессы.
2. Качественный деловой журнал.
3. Подходы к типологии деловых журналов
4. Универсальные и специализированные деловые журналы в современной России. Проблемы типологии.
5. Аудитория делового журнала.
6. Способы изучения аудитории делового журнала. Проблема достоверности рейтингов.
7. Сегментирование аудитории делового журнала. Целевая аудитория. Проблемы сегментирования целевой аудитории.
8. Тенденции развития рынка деловых журналов в России.
9. Франчайзинг деловых журналов.
10. Особенности восприятия и потребления деловой информации.
11. Позиционирование делового журнала. Основные принципы.
12. Концепции позиционирования ведущих деловых журналов России.

13. Источники деловой информации, их виды, способы проверки надежности и достоверности информации.
 14. Виды иллюстраций в деловом журнале.
 15. Основные подходы к иллюстрированию ведущих федеральных деловых журналов.
 16. Основные принципы дизайна современного делового журнала.
 17. Основные принципы верстки современного делового журнала.
 18. Задачи специальных приложений к деловому журналу.
 19. Особенности построения, обратной связи, способы продвижения Интернет-сайта делового журнала.
 20. Проблемы взаимодействия рекламного отдела с журналистами и редакторами.
 21. Организация профессиональных форумов на Интернет-сайте делового журнала.
- Проблема модерирования.
22. Каналы распространения делового журнала.
 23. Основные способы продвижения делового журнала.
 24. Деловые интернет-журналы. Ключевые характеристики и отличия от печатных деловых журналов.
 25. Тенденции развития рынка деловых журналов в современной России.

Деловая игра

На занятии моделируется проблемная ситуация профессиональной деятельности, для которой обучающиеся должны найти решения с позиции участников ситуации. Оцениваются применение методов решения проблемных ситуаций, способность работать в группе, навыки, необходимые для профессиональной деятельности, анализировать условия и адекватно выстраивать последовательность собственных действий.

Студенты вовлекаются в деловую игру, формирующую у них навыки работы с источниками информации. При этом отрабатываются разные формы поведения собеседников. В процессе освоения дисциплины студентам предлагаются следующие деловые игры. Каждая из них дополняет теоретический материал по определенной проблеме. Как правило, одна игра рассчитана на 45-50 минут аудиторной работы.

Вариант 1. Игра Реакция на ошибки

Представьте себе, что вы корреспондент какой-либо редакции. Так получилось, что в вашем материале получилась ошибка: вы неправильно написали фамилию со-беседника. Его скверный характер вы вычислили еще на интервью. Задание - как с минимальными для себя потерями замаять свою вину и не уронить деловую ре-путацию перед собеседником и своим редактором.

Вариант 2: Вы - тот самый собеседник. Ваша задача - добиться от редакции законным путем из-винений в свой адрес. Условие: вы не входите в число постоянных экспертов редакции.

Вариант 3: Вы - редактор СМИ. Вам стало известно, что в одном из материалов неправильно указана фамилия уважаемого многими человека. Как и ему угодить, и репутацию редакции сохранить? В заключение занятия, после оглашения слушателями версий, делаем их анализ.

Вариант 4. Техника рождения сенсации.

Цель игры - продемонстрировать студентам модель, в которой рождаются материалы, основанные не на реальных фактах, а на слухах, домыслах, сплетнях и т.д. Педагогический принцип игры заключается в том, чтобы убедить слушателей в том, что любую информацию необходимо проверять, а слухам доверять нельзя.

Условие. Преподаватель просит группу на время покинуть аудиторию. При этом по согласованию со всеми студентами один ее представитель остается наедине с преподавателем, который рассказывает ему вводную - небольшую историю, которую

необходимо запомнить в деталях и максимально подробно пересказать своему коллеге. Таким образом, каждый студент должен по цепочке воспроизвести данную историю. Преподаватель должен записывать версию каждого игрока.

В заключение преподаватель обсуждает с ребятами степень искажения первоначальной информации. Важно выявить и понять, с какого звена вводная стала дополняться ложными сведениями, почему так произошло. На примере группы образно можно представить современный мир, в котором из уст в уста передается различная - далеко не всегда соответствующая действительности ? информация, которая впоследствии становится якобы сенсационной с точки зрения различных СМИ.

В заключение преподаватель обсуждает с ребятами степень искажения первоначальной информации. Важно выявить и понять, с какого звена "вводная" стала дополняться ложными сведениями, почему так произошло. На примере группы образно можно представить современный мир, в котором из уст в уста передается различная - далеко не всегда соответствующая действительности - информация, которая впоследствии становится якобы сенсационной с точки зрения различных СМИ.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

1. Источники информации в работе делового журналиста: пресс-службы, информационные агентства, официальные сайты министерств, ведомств и предприятий
2. Источники информации в работе делового журналиста: статистические отчеты, периодически публикуемые государственными организациями, справочники и статистические бюллетени
3. Источники информации в работе делового журналиста: доклады и справки, разрабатываемые некоммерческими организациями.
4. Разновидности досье в работе журналиста
5. Портретное досье в работе делового журналиста
6. Тематическое досье в работе делового журналиста
7. Проблемное досье в работе делового журналиста
8. Источники информации и каналы получения информации для досье
9. Основные документы и принципы работы с ними
10. Текстовые документы
11. Аудиторские документы
12. Электронные документы
13. Информационные поводы для публикаций в деловом СМИ
14. Производственные результаты компаний (тенденции) как информационный повод в деловом СМИ
15. Финансовые результаты деятельности компаний как информационный повод в деловом СМИ
16. Информация о размещении ценных бумаг как информационный повод
17. Инвестиционные проекты как информационный повод.
18. Судебные процессы, посвященные экономической тематике, как информационный повод
19. Этапы получения и анализа информации в деловом СМИ
20. Язык и стиль деловой журналистики
21. Правовое регулирование деятельности журналиста деловых СМИ
22. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение делового журналиста
23. Жанровая палитра экономической журналистики

24. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале
25. Опыт известных зарубежных экономических обозревателей.
26. Особенности подготовки журналистских текстов для деловых и бизнес-изданий.
27. Медiateкст в деловом издании: тематические, функциональные и технологические особенности.
28. Специфика разработки журналистской проблемы в экономическом материале.
29. Экономическая журналистика в электронных средствах массовой информации.
30. Специфика освещения экономических проблем на телевидении и радио: экономическое радиообозрение и экономических телеканал.
31. Особенности экономических изданий в Интернете. Понятие деловых телеканалов и радиостанций.
32. Жанровые особенности экономического радиообозрения за рубежом.