

Учебная дисциплина «Корпоративные СМИ»

Место дисциплины в структурной схеме образовательной программы	<p style="text-align: center;">Образовательная программа бакалавриата (общее высшее образование) Специальность: 6-05-0321-01 Журналистика Компонент учреждения высшего образования модуля Профилизация «Корпоративные СМИ»</p>
Краткое содержание	<p>Корпоративные медиа как средства коммуникации Корпоративные медиа – содержание и структура дисциплины. Виды, типы, функции корпоративных медиа. Типология корпоративных медиа: корпоративная пресса, корпоративный веб-ресурс (сайт, блог, форум и пр.), корпоративное телевидение и радио. Современное состояние и тенденции развития корпоративных медиа. Аудитория корпоративных медиа. Факторы эффективности корпоративного издания. Создание корпоративных печатных медиа Технология создания корпоративного медиа (этапы создания). Компьютерная верстка корпоративного печатного медиа. Выбор программного обеспечения. Инструментарий верстальных и графических программ. Корпоративные электронные ресурсы (сайты). Роль корпоративных электронных ресурсов в коммуникации. Работа с текстом, иллюстрациями, формирование полос. Комплекс цветовых решений корпоративного медиа. Корпоративное письмо как средство коммуникации. Корпоративный письмо как средство коммуникации. Корпоративная открытка как микромедиа Корпоративные открытки как микромедиа. Корпоративный календарь как универсальный бизнес-сувенир Корпоративная книга как PR-инструмент. Корпоративный кинематограф. Понятие "корпоративный фильм". Управление корпоративными медиа. Корпоративные медиа в условиях трансформации системы СМИ и возникновения новых форм коммуникации.</p>
Формируемые компетенции, результаты обучения	<p>Специалист должен: Владеть системным и сравнительным анализом. Уметь работать самостоятельно. Быть способным вырабатывать новые идеи (обладать креативностью). Требования к социально-личностным компетенциям специалиста Специалист должен: Обладать качествами гражданственности. Быть способным к социальному взаимодействию. Обладать способностью к межличностным коммуникациям. Быть способным к критике и самокритике. Уметь работать в команде.</p> <p>– знать: – предпосылки появления и тенденции развития корпоративных медиа как вида профессиональной деятельности; – классификацию и типологию корпоративных медиа; – тематическое и жанровое разнообразие корпоративных медиа, технологии и методы создания и ведения медиа</p>
Пререквизиты	<p>«Теория и методика коммуникационной деятельности», «PR внутри организации», «Технологии интернет-журналистики»</p>
Трудоемкость	<p>(3 зачетные единицы) Общее количество часов – 94, аудиторных часов – 34, из которых на лекции – 12 часов, на лабораторные – 22 часов.</p>
Семестр(ы), требования и формы текущей и промежуточной аттестации	<p>6-й семестр, тестирование, зачет.</p>