

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакommunikации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«11» июня 2024 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«18» июня 2024 г.

Автор: И.В. Шустина

КОРПОРАТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.02 «Журналистика»,
профиль «Журналистика и медиатехнологии»
(очная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 14 от 18.06.2024)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиа-
коммуникации»
(протокол № 11 от 11.06.2024)*

Ярославль 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	4
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	7
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	8
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	10
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	10
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	13
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	14
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	15
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	15

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.4.2. «Корпоративная журналистика».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Корпоративная журналистика» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	1. Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности	<i>Знает:</i> правовые нормы и законодательства, регулирующие различные сферы жизнедеятельности <i>Умеет:</i> использовать правовые нормы и законодательства, регулирующие различные сферы жизнедеятельности, в профессиональной практике
		2. Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	<i>Знает:</i> способы и средства решения стандартных и нестандартных задач в ситуации временной и ситуативной неопределенности <i>Умеет:</i> вырабатывать оптимальные способы решения задач с учетом имеющихся ресурсов
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<i>Знает:</i> методы экспертной оценки продуктов медиакоммуникаций различного уровня. <i>Умеет:</i> анализировать продукты медиакоммуникаций с точки зрения охраноспособности
		2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<i>Знает:</i> особенностей влияния различных формальных и неформальных социальных институтов на медиасистему. <i>Умеет:</i> участвовать в организации профессиональной деятельности во взаимосвязи с трансформацией системы коммуникаций на разных уровнях с учетом правовых и этнических факторов

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Корпоративная журналистика» является дисциплиной модуля «Журналистика как инструмент управления» цикла профиля (элективный) части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.03.02 Журналистика, профиль «Журналистика и медиатехнологии», очная форма обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 7 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	23.е./72 ч.	72
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
<i>Самостоятельная работа</i>	38	38
Вид текущего контроля		Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации		зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий

Современная информационная деятельность и её главные параметры; сегментация целевой аудитории; скорость коммуникационного потока; работа в условиях новых медиа. Корпоративная журналистика и конвергенция в СМИ. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока. Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции.

Тема 2. Корпоративная журналистика, ее виды

Принципы организации корпоративной печати. Стенд-журнал, ежедневная газета, еженедельник, журналы (таблюд, глянец различных тематических типов), специальные проекты, печатная продукция малого формата (буклеты). Корпоративная журналистика на радио. Радийные новости и подкасты. Аудитория, вещательный потенциал. Корпоративная журналистика на ТВ. Интернет как корпоративное пространство. Структура интернет-

представительства организации: о компании, корпоративные медиа (фотогалерея, интернет-газета организации, отраслевой журнал, телепередача, радиопередача), корпоративные блоги, форумы. Интернет-газета: представительское издание о жизни организации, рекламная газета для потребителей продукции организации. Интернет-журнал: представительский, рекламный. Лента новостей. Фотогалерея или фоторепортажи

Тема 3. Социальные сети и блог как новая форма корпоративной журналистики

Непрофессиональные СМИ. Смысл жанра информационного сообщения в пространстве блога. Российская блогосфера: главные лица и темы. Главные площадки для ведения блога. Специализированное программное обеспечение (современные издательские системы) на службе у корпоративной журналистики на примере интерфейса редакционной системы издательского дома «Коммерсантъ», разработанного Студией Артемия Лебедева. Графические редакторы. Системы видео- и аудиомонтажа.

Тема 4. Концепция инфотейнмента

Методы привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации. Представительство организации в социальных сетях. Оптимизация сайта для поисковых машин. Тип целевой аудитории в интернете. Принципы медиапланирования в сетевом корпоративном СМИ.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лекции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Тема 1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	20	10	4	6	4	10	Опрос, выполнение заданий
2	Тема 2. Корпоративная журналистика, ее виды.	18	8	4	4	2	10	Опрос, выполнение заданий
3	Тема 3. Социальные сети и блог как новая форма корпоративной журналистики.	18	8	4	4	2	10	Опрос, выполнение заданий
4	Тема 4. Концепция	16	8	4	4	4	8	Опрос,

	инфотейнмента							выполне- ние зада- ний
	В целом по дисциплине	72	34	16	18	12	38	
	Итого в %		100			35		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	Вопросы к практическому занятию 1. Корпоративная журналистика и конвергенция в СМИ. 2. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы. 3. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока. 4. Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 2. Корпоративная журналистика, ее виды.	Вопросы к практическому занятию 1. Принципы организации корпоративной печати. 2. Жанры корпоративной печати: стенд-журнал, ежедневная газета, еженедельник, журналы (таблоид, глянец различных тематических типов), специальные проекты, печатная продукция малого формата (буклеты). 3. Корпоративная журналистика на радио. 4. Радийные новости и подкасты. 5. Аудитория, вещательный потенциал. 6. Корпоративная журналистика на ТВ. 7. Интернет как корпоративное пространство. Интернет-газета: представительское издание о жизни организации, рекламная газета для потребителей продукции организации. 8. Интернет-журнал: представительский, рекламный. 9. Лента новостей. 10. Фотогалерея или фоторепортажи <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Социальные сети и блог как новая форма корпоративной журналистики.	Вопросы к практическому занятию 1. Непрофессиональные СМИ. 2. Смысл жанра информационного сообщения в пространстве блога. 3. Главные площадки для ведения блога. 4. Специализированное программное обеспечение (современные издательские системы) на службе у корпоративной журналистики 5. Графические редакторы. 6. Системы видео- и аудиомонтажа. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 4. Концеп-	Вопросы к практическому занятию	Опрос, вы-

ция инфотейнмента	1. Понятие инфотейнмента 2. Методы привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации. 3. Представительство организации в социальных сетях. 4. Оптимизация сайта для поисковых машин. 5. Тип целевой аудитории в интернете. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	полнение заданий
-------------------	--	------------------

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- выполнение домашнего творческого задания;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.	Современная информационная деятельность и её главные параметры. Сегментация целевой аудитории. Скорость коммуникационного потока. Работа в условиях новых медиа.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 2. Корпоративная журналистика, ее виды.	Структура интернет-представительства организации: о компании, корпоративные медиа (фотогалерея, интернет-газета организации, отраслевой журнал, телепередача, радиопередача), корпоративные блоги, форумы.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 3. Социальные сети и блог как новая форма корпоративной журналистики.	Российская блогосфера: главные лица и темы.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 4. Концепция инфотейнмента	Принципы медиапланирования в сетевом корпоративном СМИ.	Изучение учебной литературы. Подго-

		товка к опросу. Подготовка к интер- активным занятиям.
--	--	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика домашнего творческого задания

1. Нужны ли корпоративные СМИ?
2. Какие корпоративные СМИ сегодня самые эффективные?
3. Почему СМИ считают четвертой властью?
4. Корпоративные СМИ – это журналистика или PR?
5. Можно ли относить рекламные материалы компании к корпоративной журналистике?

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание домашнего творческого задания, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц=7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Участие в дебатах – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Выполнение заданий – 5 баллов Выполнение творческого задания - 5 баллов
Активность при проведении внеаудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Подготовка к участию в дебатах – 5 баллов Сбор материалов по темам – 5 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной зачетной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- а. решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- б. выполнение домашнего творческого задания.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к зачету с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной зачетной работы он может получить итоговую оценку

по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Корпоративная журналистика в системе современных информационных технологий.
2. Корпоративная журналистика и конвергенция СМИ.
3. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: коммуникационные системы.
4. Влияние новых медиа на корпоративную журналистику: содержание информационного потока.
5. Теория повестки дня.
6. Устройство и принципы работы информационных служб.
7. Корпоративная журналистика в печати.
8. Корпоративная журналистика на радио.
9. Корпоративная журналистика на ТВ.
10. Интернет как корпоративное пространство.
11. Структура интернет-представительства организации.

12. Специализированное программное обеспечение (современные издательские системы) на службе у корпоративной журналистики.
13. Концепция инфотейнмента.
14. Блог как новая форма корпоративной журналистики. Непрофессиональные СМИ.
15. Анализ современного корпоративного СМИ как мультимедийной площадки.
16. Российская блогосфера: главные лица и темы.
17. Принципы медиапланирования в сетевом корпоративном СМИ.
18. Методы привлечения и удержания посетителей на web-сайте организации.
19. Представительство организации в социальных сетях.
20. Создание положительного образа корпорации в условиях жесткой конкуренции.

Примеры заданий

Задание 1.

Подобрать примеры удачного и неудачного названия корпоративного издания. Дайте анализ этих названий.

Задание 2.

Охарактеризуйте целевую аудиторию корпоративной интернет-газеты Ярославского филиала Финуниверситета. Придумайте название корпоративному изданию.

Задание 3.

Какие корпоративные СМИ можно использовать для взаимодействия завода R-ФАРМ с общественностью? Почему?

Задание 4.

Разработайте макет корпоративной интернет-газеты Ярославского филиала Финуниверситета (определите количество рубрик, их название, наполнение жанровое и содержательное, регулярность издания)

Задание 5

Предложите вариант создания подкаста для корпоративного радио Ярославского филиала Финуниверситета

Пример билета на зачет

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»
Дисциплина «Корпоративная журналистика»

Филиал Ярославский
 Форма обучения Очная
 Семестр 7 Направление 42.03.02 «Журналистика»
 Профиль «Журналистика и медиатехнологии»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Корпоративная журналистика в печати.	15
2	Российская блогосфера: главные лица и темы.	15
3	Какие корпоративные СМИ можно использовать для взаимодействия Промсвязьбанка с общественностью? Почему?	30

Подготовил

Шустина И.В.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Проскурнова К.Ю.

«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	1. <i>Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности</i> Задание 1 Каков порядок регистрации корпоративного издания? 2. <i>Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</i> Задание 1. Вы решили создать корпоративное печатное издание. Какие этапы нужно пройти, чтобы это издание имело законный характер?
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. <i>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</i> Задание 1. Вы автор корпоративного подкаста Ярославского филиала Финуниверситета. Какие темы было бы целесообразно осветить в вашей передаче? Кого из персон компании вы бы пригласили для записи подкаста? 2. <i>Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</i> Задание 1 Составьте систему вопросов для портретного интервью с известным человеком для корпоративной интернет-газеты Ярославского филиала Финуниверситета

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» и локальные акты филиала по данному вопросу, размещенные по ссылке: <http://www.fa.ru/fil/yaroslavl/about/base/Pages/oup.aspx>

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. Кузнецова, Е.В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е.В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451359>
2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В.А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453280>
3. Потапов, Ю.А. Современная пресс-служба : учебник для вузов /

		D0%B0%D0%B7%20%E2%84%96%201040%D0%BE%20%D0%BE%D1%82%2011.05.2021.PDF
--	--	--

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс».	Темы 1-4

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и

разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.