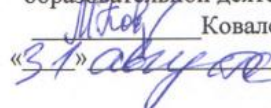


**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
инклюзивного высшего образования  
«Московский государственный гуманитарно-экономический университет»**

Факультет социологии и журналистики  
Кафедра русского языка, литературы и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по организации  
образовательной деятельности

 Ковалева М.А.  
«31» августа 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ СТУДИИ**

образовательная программа направления подготовки  
**Журналистика 42.03.02**

**Б.1.Б.25** базовая часть

Профиль подготовки  
**Социально-гуманитарная журналистика**

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения очная

Курс 3, семестр 6

Москва  
2018

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования направления подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 951 от 7 августа 2014 года. Зарегистрировано в Минюсте России 25 августа 2014 года № 33777.

**Составитель рабочей программы:**

кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и журналистики ФГБОУ ИВО "Московский государственный гуманитарно-экономический университет" Вакку Г.В.

  
подпись


Вакку Г.В.  
ФИО

29.08 2018 г.  
Дата

**Рецензент:** кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и журналистики ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет» Лебедева С.Э.

29.08.18


Рабочая программа утверждена на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики  
(протокол № 01 от "31"августа 2018 г.)

И.о. зав. кафедрой  Назметдинова И.С. 31.08 2018 г.  
подпись Дата

СОГЛАСОВАНО

Начальник

Учебного отдела


31 08 2018 г.   
дата подпись

Дмитриева И.Г.  
ФИО

СОГЛАСОВАНО

Декан


факультета

31 08 2018 г.   
дата подпись

Тарасюк Е.А.  
ФИО

СОГЛАСОВАНО

Заведующий библиотекой

31 08 2018 г.   
дата подпись

Мешалкина Ю.В.  
ФИО

РАССМОТРЕНО  
ОДОБРЕНО И  
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИМ  
СОВЕТОМ МГГЭУ  
Пр. № " " 200 г.



## **I. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе, требования к уровню освоения содержания дисциплины**

### **I.1. Цели и задачи изучения дисциплины «Профессиональные творческие студии»:**

**Цель** преподавания дисциплины: ознакомить с основными принципами работы и функционирования современной теле-, радиостудии и редакции периодического издания.

**Основные задачи курса:**

- сформировать представление о функции профессиональной журналистской студии;
- охарактеризовать кадровую структуру и политику профессиональной студии;
- ознакомить с функциями персонала на разных этапах работы в студии.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

#### ***Знать:***

- базовые основы современного информационного общества,
- основную специфику радиожурналистики,
- базовые сведения о профессии радиожурналиста, о тех профессиональных качествах, которые она требует от него,
- организации систем радиовещания в мире,
- узловые события в истории развития радиожурналистики в России и в мире,
- основные технические устройства и компьютерные программы, применяемые при производстве радиоматериалов

#### ***Уметь:***

- писать новостные и репортажные тексты по заданиям с учетом специфики радио,
- записывать радиоинтервью на цифровую аудиотехнику,
- монтировать на компьютере звуковые материалы в соответствии с заданиями,
- работать у микрофона в студийном радиоэфире.

#### ***Владеть:***

- навыками написания следующих видов текстов для радиоэфира: репортаж, отчет, новость, зарисовка,
- навыками подготовки радиоинтервью,
- знаниями об основных событиях в истории развития радиожурналистики и ее технической базы,
- базовой понятийной профессиональной лексикой

#### **Владеть компетенциями:**

Коды компетенции	Наименование результата обучения
ОПК-15	способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, современной жанровой и стилевой специфике различного рода медиатекстов, углубленно знать особенности новостной журналистики и представлять специфику других направлений (аналитическая, исследовательская, художественно-публицистическая журналистика)
ОПК-19	способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах

	(вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)
ОПК-20	способностью использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в медиасфере, для решения профессиональных задач, ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМИ
ПК- 3	способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов
ПК- 7	способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радиопрограммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями

### 1.3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина "Профессиональные творческие студии " (Б.1.В.25) входит в базовую часть профиля "Социально-гуманитарная журналистика". Дисциплина изучается на 3 курсе, в 6 семестре.

## 2. Содержание дисциплины

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Семестр - 6; вид отчетности: 6 семестр - зачет

№№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	«Средства массовой информации. Основные понятия»	Изучить понятия: средства массовой информации, периодическое издание (газета, журнал, газета, журнал, альманах, бюллетень и др.), радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа, сетевое издание, информационное агентство; телеканал, радиоканал; продукция СМИ и ее распространение; редакция СМИ, главный редактор, журналист, учредитель, издатель, соучредитель, распространитель. Понятие об учредителе его правах и обязанностях. Понятие об издателе, его правах и обязанностях. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста	реферат
2	«Регистрация СМИ»	Принципы регистрации СМИ в соответствии с современным законодательством РФ.	Фронтальный опрос, круглый стол

		Процесс регистрации в зависимости от вида и типа СМИ. Статус редакции, учредителя, издателя. Редакция во взаимоотношениях с учредителем, издателем. Устав редакции. Возникновение прав и обязанностей после регистрации СМИ. Изучить принципы составления устава редакции. Типовые уставы редакции. Составление студентами устава редакции собственного печатного СМИ	
3	«Структура современной редакции»	Изучить специфику и устройство редакции современного печатного СМИ: деление на основные структурные части редакции (творческая, техническая, коммерческая); обязанности каждого структурного подразделения, алгоритмы функционирования каждого структурного подразделения редакции	коллоквиум
4	«Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»	Изучить принцип разделения труда в творческой части редакционного коллектива (управленческое и исполнительное звенья). Изучить принципы разделения труда в технической части редакции (корректоры, верстальщики, группа выпуска). Разобраться в функциональных обязанностях и должностных инструкциях сотрудников творческой и технической части редакционного коллектива современного печатного СМИ. Разделение студентов на творческие группы в соответствии с принципами функционального разделения труда в редакции современного печатного СМИ	коллоквиум
5	«Моделирование в газетно-журнальном деле»	Понятие о моделировании в газетно-журнальном деле. Истоки, история, успешный	коллоквиум

		<p>опыт. Моделирование на современном этапе. Концепция комплексной модели издания и ее компонентов. Подходы исследователей к комплексному моделированию: Тулупов, Табашников и др. Связь типа и модели издания. Концепция типологических признаков А.И. Аكوпова. Разбор печатных изданий на основе типологических признаков</p>	
6	«Содержательная модель издания»	<p>Разобрать принцип создания содержательной модели (концепции) печатного СМИ. Закрепить основной алгоритм выработки концепции. Проработка основных компонентов содержательной модели: цели и задачи, аудитория, миссия издания, т.е. формирование типа издания. Аудитория как ключевой фактор. Способы изучения аудитории. Работа с фокус-группами. Формирование отличительных черт издания (особенность). Конкурентное преимущество. Структура издания. Жанрово-тематическое своеобразие. Специфика авторского состава в зависимости от типа. Языковые особенности. Связь содержания с оформлением. Создание студентами концепции собственной газеты или журнала</p>	коллоквиум
7	«Планирование номера»	<p>Разобрать типы и виды редакционных планов, проведение редакционной планерки. Изучить принципы составления сетевого графика печатного СМИ. Рассмотреть особенности составления «темника» и «портфеля редакции», специфику планирования специального выпуска и тематического номера печатного СМИ (газеты, журнала).</p>	коллоквиум

		Составление студентами «темника» и перспективного плана номера собственного печатного издания (газеты или журнала). Проведение учебной планерки	
8	«Редакционный процесс выпуска номера»	Разработка плана номера. Работа авторов над материалами согласно концепции. Верификация фактов. Составление макета номера. Работа фотографов над редакционными заданиями, работа над фотоматериалами. Работа художников-дизайнеров и дизайнеров-верстальщиков над макетом, иллюстративным и декоративным оформлением. Разработка сетки издания. Работа ответственного секретаря и главного редактора над материалами номера (редактура и контроль). Работа корректоров (первая корректура). Верстка номера. Работа главного редактора и ответ. секретаря с группой верстки. Повторная корректура номера. Подготовка к печати. Спуск полос. Создание оригинал-макета, подписание его в печать. Печать номера	Индивидуальные сообщения, коллоквиум
9	«Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»	Анализ проделанной работы. Достоинства и недостатки. Анализ ошибок. Оценка конкурентного преимущества издания. Анализ вышедшего номера на планерке – обзор номера	коллоквиум
10	«Работа с читательской аудиторией»	Способы организации обратной связи с читателями. Традиционные способы, новейшие способы. Обратная связь с читателями как форма анализа собственной работы и повышение конкурентоспособности печатного продукта. Формы работы с читателями. Письма читателей. Работа с ними	коллоквиум

11	«Специальный номер издания»	Понятие о спецвыпуске издания. Формы и виды спецвыпусков. Отличительные особенности спецвыпусков изданий. Способы реализации спецвыпусков. анализ имеющихся образцов специальных номеров газет и журналов. Разработка концепции спецвыпуска своего издания	коллоквиум
12	«Выпуск приложений печатного издания»	Приложения к газетам и журналам. Разновидности, причины их издания. Конкурентные преимущества. Анализ приложений газет и журналов (федеральных и региональных). Финансовые выгоды и издержки издания приложений. Разработка идеи приложений для собственного издания	коллоквиум
13	«Формы организации медиабизнеса в России»	Журналистика как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Предпосылки основания периодического издания. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на информационном рынке России. Процесс концентрации средств массовой информации. Российский капитал на информационном рынке. Иностранный капитал на информационном рынке	коллоквиум
14	«Бизнес-модель издания»	Бизнес-модель издания как элемент комплексной модели. Ее составляющие и компоненты. Принципы разработки бизнес-модели издания. Модели ведения медиабизнеса: рекламоцентричная и продажецентричная модель. Их особенности и специфика. Связь типа издания с бизнес-моделью. Влияние	коллоквиум



		содержательной, графической и экономической моделей издания друг на друга. Понятие о бизнес-плане и его компонентах. Разбор бизнес-моделей существующих на рынке изданий	
15	«Коммерческая часть редакции»	Основные отделы коммерческой части редакции. Их функциональное назначение. Обязанности сотрудников. Бухгалтерия. Отдел рекламы. Отдел маркетинга и PR-коммуникаций. Отдел распространения. Структура коммерческой части федеральных и региональных печатных СМИ – схожесть и различия. Специфика функционирования каждого из отделов коммерческой части редакции	коллоквиум
16	«Бюджет редакции»	Понятие бюджета. Рассмотреть из чего складывается бюджет редакции, бюджет и баланс, расходная часть бюджета (основные статьи). Доходная часть бюджета: выручка от реализации тиража, реклама, издательская и коммерческая деятельность. Разобраться в ценовой политике редакции и редакционной прибыли. Рассмотреть как содержательная и графическая модели издания коррелируют с его экономической моделью (рекламоцентричная и продажецентричная модели медиабизнеса)	коллоквиум
17	«Формы организации медиабизнеса в России»	Журналистика как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Предпосылки основания периодического издания. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый	коллоквиум

		капитал на информационном рынке России. Процесс концентрации средств массовой информации. Российский капитал на информационном рынке. Иностранный капитал на информационном рынке	
18	«Способы получения прибыли изданием»	Доходная часть бюджета: выручка от реализации тиража, реклама, издательская и коммерческая деятельность. Разобраться в ценовой политике редакции и редакционной прибыли. Реклама как способ получения прибыли. Рекламная политика редакции. Публикация частных объявлений. Поиск рекламодателей. Изучить принципы составления информационной рассылки коммерческих предложений, составления медиа-кита издания, выработки технических требований для рекламодателей. Разработка коммерческих предложений студентами, создание студентами медиа-кита собственного печатного СМИ (газета, журнал)	коллоквиум
19.	«Новейшие формы распространения периодических изданий»	Электронная подписка на издания. Успешный опыт реализации данной концепции подписки федеральными и региональными СМИ. Инструменты стимулирования электронной подписки. Варианты ее реализации. Перспективы и проблемы	коллоквиум

### 3. Структура дисциплины

Вид работы	Трудоемкость, часов	
	6 семестр	всего
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Аудиторная работа :</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
<i>Лекции</i>	<i>10</i>	<i>10</i>
<i>Практические занятия (в том числе экзамены)</i>	<i>24</i>	<i>24</i>
<i>Лабораторные занятия</i>	<i>20</i>	<i>20</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>18</i>	<i>18</i>

<b>Вид итогового контроля (указать вид контроля)</b>	зачет	
--	-------	--

#### Заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость, часов	
	6 семестр	всего
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Аудиторная работа:</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<i>Лекции</i>	2	2
<i>Практические занятия (в том числе экзамены)</i>	6	6
<i>Лабораторные занятия</i>	2	2
<i>Самостоятельная работа</i>	58	58
<b>Вид итогового контроля (указать вид контроля)</b>	зачет	4

#### 4. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам

##### Очная форма обучения

№№ раздел а	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛЗ	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	
1	«Средства массовой информации. Основные понятия»		1	2	1	-
2	«Регистрация СМИ»		1	1	2	-
3	«Структура современной редакции»			1	1	-
4	«Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»			1	1	2
5	«Моделирование в газетно-журнальном деле»		2	2	2	-
6	«Содержательная модель издания		1	2	1	2
7	«Планирование номера»			1	1	-
8	«Редакционный процесс выпуска номера»		1	2	1	2
9	«Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»			1	1	-
10	«Работа с читательской аудиторией»		2	1	1	2
11	«Специальный номер издания»			1	1	-
12	«Выпуск приложений печатного издания»		1	1	2	-
13	«Формы организации медиабизнеса в России»			1	1	2
14	«Бизнес-модель издания»		1	1		-
15	«Коммерческая часть редакции»			1	1	2
16	«Бюджет редакции»		1		2	-

17	«Формы организации медиабизнеса в России»			2		2
18	«Способы получения прибыли изданием»			1	1	2
19	«Новейшие формы распространения периодических изданий»			2		2
	Итого:	72	10	24	20	18

### Заочная форма обучения

№№ раздел а	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛЗ	
1	2	3	4	5	6	
1	«Средства массовой информации. Основные понятия»		1			2
2	«Регистрация СМИ»					2
3	«Структура современной редакции»			1		2
4	«Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»					2
5	«Моделирование в газетно-журнальном деле»				1	2
6	«Содержательная модель издания»			1		2
7	«Планирование номера»			1		2
8	«Редакционный процесс выпуска номера»		1			2
9	«Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»					2
10	«Работа с читательской аудиторией»					2
11	«Специальный номер издания»					2
12	«Выпуск приложений печатного издания»					2
13	«Формы организации медиабизнеса в России»			1		2
14	«Бизнес-модель издания»					2
15	«Коммерческая часть редакции»					2
16	«Бюджет редакции»			1		2
17	«Формы организации медиабизнеса в России»				1	2
18	«Способы получения прибыли изданием»					2
19	«Новейшие формы распространения периодических изданий»			1		2
	Итого:	72	2	6	2	58

### 5. Тематический план учебной дисциплины

Наименование тем, разделов	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов, курсовая работа (проект)	Объем часов/зачетных единиц	Образовательные технологии	Формируемые компетенции/уровень усвоения	Формы текущего контроля
<b>Тема 1.</b> «Средства массовой информации. Основные понятия»	<b>Лекция</b> Изучить понятия: средства массовой информации, периодическое издание (газета, журнал, газета, журнал, альманах, бюллетень и др.), радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа, сетевое издание, информационное агентство; телеканал, радиоканал; продукция СМИ и ее распространение; редакция СМИ, главный редактор, журналист, учредитель, издатель, соучредитель, распространитель. Понятие об учредителе его правах и обязанностях. Понятие об издателе, его правах и обязанностях. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста	1	<b>Лекция-информация</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	реферат
	<b>Практическое занятие. Подготовка реферата</b>	2	Устный доклад	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос
<b>Тема 2.</b> «Регистрация СМИ»	<b>Лекционное занятие</b>	1	<b>Лекция-информация</b> <b>Дискуссия с элементами</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос, круглый стол
	<b>Практическое занятие</b>	1			

	Принципы регистрации СМИ в соответствии с современным законодательством РФ. Процесс регистрации в зависимости от вида и типа СМИ. Статус редакции, учредителя, издателя. Редакция во взаимоотношениях с учредителем, издателем. Устав редакции. Возникновение прав и обязанностей после регистрации СМИ. Изучить принципы составления устава редакции. Типовые уставы редакции. Составление студентами устава редакции	2	коллоквиума		
	<b>Подготовка реферата</b>		Выступление докладом	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Коллоквиум-собеседование
<b>Тема 3.</b> «Структура современной редакции»	<b>Практическое занятие</b>	1	<b>Дискуссия элементами коллоквиума</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	коллоквиум
	<b>Лабораторное занятие</b> Изучить специфику и устройство редакции современного печатного СМИ: деление на основные структурные части редакции (творческая, техническая, коммерческая); обязанности каждого структурного подразделения, алгоритмы функционирования каждого структурного подразделения редакции	1	<b>Дискуссия</b>		
	<b>Подготовка реферата</b>		Устный доклад	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос

<b>Тема 4.</b> «Творческая и техническая часть редакции современного печатного СМИ»	<b>Практическое занятие</b>	1	<b>Дискуссия</b> с	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	коллоквиум
	<b>Лабораторное занятие</b>  Изучить принцип разделения труда в творческой части редакционного коллектива (управленческое и исполнительное звенья). Изучить принципы разделения труда в технической части редакции (корректоры, верстальщики, группа выпуска). Разобраться в функциональных обязанностях и должностных инструкциях сотрудников творческой и технической части редакционного коллектива современного печатного СМИ. Разделение студентов на творческие группы в соответствии с принципами функционального разделения труда в редакции современного печатного СМИ	1	<b>Дискуссия</b>		
	<b>Подготовка реферата</b>		Устный доклад	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос

<b>Тема 5.</b> «Моделирование в газетно-журнальном деле»	<b>Лекция</b>	2	<b>Проблемная лекция</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	коллоквиум
	<b>Практическое занятие</b>  Понятие о моделировании в газетно-журнальном деле. Истоки, история, успешный опыт. Моделирование на современном этапе. Концепция комплексной модели издания и ее компонентов. Подходы исследователей к комплексному моделированию: Тулупов, Табашников и др. Связь типа и модели издания. Концепция типологических признаков А.И. Аكوпова. Разбор печатных изданий на основе типологических признаков	2			
	<b>Подготовка реферата</b>	2	Устный доклад	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос
<b>Тема 6.</b> «Содержательная модель издания»	<b>Лекция</b>	1	<b>Проблемная лекция</b>  <b>Дискуссия</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	
	<b>Лабораторное занятие</b>  Разобрать принцип создания содержательной модели (концепции) печатного СМИ. Закрепить основной алгоритм выработки концепции. Проработка основных компонентов содержательной модели: цели и задачи, аудитория, миссия издания, т.е. формирование типа издания. Аудитория как ключевой фактор. Способы	2			



	изучения аудитории. Работа с фокус-группами. Формирование отличительных черт издания (особенность). Конкурентное преимущество. Структура издания. Жанрово-тематическое своеобразие. Специфика авторского состава в зависимости от типа. Языковые особенности. Связь содержания с оформлением. Создание студентами концепции собственной газеты или журнала				
		1	Устный доклад	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	коллоквиум
	<b>Подготовка реферата</b>				
<b>Тема 7.</b> «Планирование номера»	<b>Практическое занятие</b>	1	<b>Дискуссия</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	коллоквиум
	<b>Лабораторное занятие</b>	1	<b>Дискуссия</b>		
	Разобрать типы и виды редакционных планов, проведение редакционной планерки. Изучить принципы составления сетевого графика печатного СМИ. Рассмотреть особенности составления «темника» и «портфеля редакции», специфику планирования специального выпуска и тематического номера печатного СМИ (газеты, журнала). Составление студентами «темника» и перспективного плана номера собственного печатного издания (газеты или журнала). Проведение учебной планерки				
	<b>Подготовка реферата</b>		Устный доклад	ОПК-15, ОПК-	коллоквиум

				19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	
<b>Тема 8.</b>  «Редакционный процесс выпуска номера»	<b>Лекция</b>  <b>Практическое занятие</b>  <b>Лабораторное занятие</b>	1  2  1	<b>Проблемная лекция</b> <b>Дискуссия с элементами коллоквиума</b> <b>Дискуссия</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Индивидуальные сообщения, коллоквиум
	Разработка плана номера. Работа авторов над материалами согласно концепции. Верификация фактов. Составление макета номера. Работа фотографов над редакционными заданиями, работа над фотоматериалами. Работа художников-дизайнеров и дизайнеров-верстальщиков над макетом, иллюстративным и декоративным оформлением. Разработка сетки издания. Работа ответственного секретаря и главного редактора над материалами номера (редактура и контроль). Работа корректоров (первая корректура). Верстка номера. Работа главного редактора и ответ. секретаря с группой верстки. Повторная корректура номера. Подготовка к печати. Спуск полос. Создание оригинал-макета, подписание его в печать. Печать номера				
	<b>Подготовка реферата</b>	2	Устный доклад	ОПК-15, ОПК-	Фронтальный

				19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	опрос
<b>Тема 9. «Оценка качества продукта и его конкурентные преимущества»</b>	<b>Практическое занятие</b>	1	<b>Дискуссия с элементами коллоквиума</b> <b>Анализ работ</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-3, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<b>Лабораторное занятие</b>	1			
	Анализ проделанной работы. Достоинства и недостатки. Анализ ошибок. Оценка конкурентного преимущества издания. Анализ вышедшего номера на планерке – обзор номера				
	<b>Подготовка реферата</b>		Устный доклад	ОПК- 15, ОПК-19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
<b>Тема 10.</b> «Работа читательской аудитории»	<b>Лекция</b>	2	<b>Проблемная лекция</b> <b>Дискуссия с элементами коллоквиума</b>	ОПК- 15, ОПК-19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<b>Практическое занятие</b>	1			

	Способы организации обратной связи с читателями. Традиционные способы, новейшие способы. Обратная связь с читателями как форма анализа собственной работы и повышение конкурентоспособности печатного продукта. Формы работы с читателями. Письма читателей. Работа с ними		Устный доклад	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
	<b>Подготовка реферата</b>				
<b>Тема 11.</b> «Специальный номер издания»	<b>Практическое занятие</b>	1	<b>Дискуссия с элементами коллоквиума</b> <b>Дискуссия</b>	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<b>Лабораторное занятие</b>	1			
	Понятие о спецвыпуске издания. Формы и виды спецвыпусков. Отличительные особенности спецвыпусков изданий. Способы реализации спецвыпусков. анализ имеющихся образцов специальных номеров газет и журналов. Разработка концепции спецвыпуска своего издания			ОПК- 15, ОПК-	

	Подготовка реферата.		Устный доклад	19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
Тема 12. «Выпуск приложений печатного издания»	Лекция	1	Лекция-информация	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	Практическое занятие	1			
	Лабораторное занятие	2	Дискуссия		
	Приложения к газетам и журналам. Разновидности, причины их издания. Конкурентные преимущества. Анализ приложений газет и журналов (федеральных и региональных). Финансовые выгоды и издержки издания приложений. Разработка идеи приложений для собственного издания				
	Подготовка реферата			Устный доклад	
Тема 13. «Формы организации медиабизнеса в России»	Практическое занятие	1		ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос

	<p>Журналистика как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Предпосылки основания периодического издания. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на информационном рынке России. Процесс концентрации средств массовой информации. Российский капитал на информационном рынке. Иностранный капитал на информационном рынке</p>	2	Устный доклад	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
	Подготовка реферата				
<b>Тема 14.</b> «Бизнес-модель издания»	<b>Лекция</b>	1	<b>Лекция-информация</b>  <b>Разработка модели</b>	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<p><b>Лабораторное занятие</b></p> <p>Бизнес-модель издания как элемент комплексной модели. Ее составляющие и компоненты. Принципы разработки бизнес-модели издания. Модели ведения медиабизнеса: рекламоцентричная и продажецентричная модель. Их особенности и специфика. Связь типа издания с бизнес-моделью. Влияние содержательной, графической и экономической моделей издания друг на друга. Понятие о бизнес-</p>	1			

	<p>плане и его компонентах. Разбор бизнес-моделей существующих на рынке изданий</p> <p><b>Подготовка реферата</b></p>		Устный доклад	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
<b>Тема 15.</b> «Коммерческая часть редакции»	<b>Практическое занятие</b>	1	<b>Дискуссия</b>	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<p><b>Лабораторное занятие</b></p> <p>Основные отделы коммерческой части редакции. Их функциональное назначение. Обязанности сотрудников. Бухгалтерия. Отдел рекламы. Отдел маркетинга и PR-коммуникаций. Отдел распространения. Структура коммерческой части федеральных и региональных печатных СМИ – схожесть и различия. Специфика функционирования каждого из отделов коммерческой части редакции</p>	1	<b>Разработка модели</b>		
<b>Тема 16.</b> «Бюджет редакции»	<b>Лекция</b>	1	<b>Лекция-информация</b>	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Понятие бюджета. Рассмотреть из чего складывается бюджет редакции, бюджет и</p>				

	баланс, расходная часть бюджета (основные статьи). Доходная часть бюджета: выручка от реализации тиража, реклама, издательская и коммерческая деятельность. Разобраться в ценовой политике редакции и редакционной прибыли. Рассмотреть как содержательная и графическая модели издания коррелируют с его экономической моделью (рекламоцентричная и продажецентричная модели медиабизнеса)				
	<b>Подготовка реферата</b>	2	Устный доклад	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
<b>Тема 17.</b> «Формы организации медиабизнеса в России»	<b>Практическое занятие</b>	2	<b>Дискуссия с элементами коллоквиума</b>	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	Журналистика как товар. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Предпосылки основания периодического издания. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на информационном рынке России. Процесс концентрации средств массовой информации. Российский капитал на информационном рынке. Иностранный капитал на информационном рынке				
	<b>Написание реферата</b>		Устный доклад	ОПК- 15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	



<b>Тема 18.</b> «Способы получения прибыли изданием»	<b>Лекция</b>	1	<b>Лекция-информация</b>	ОПК- 15, ОПК-19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	Доходная часть бюджета: выручка от реализации тиража, реклама, издательская и коммерческая деятельность. Разобраться в ценовой политике редакции и редакционной прибыли. Реклама как способ получения прибыли. Рекламная политика редакции. Публикация частных объявлений. Поиск рекламодателей. Изучить принципы составления информационной рассылки коммерческих предложений, составления медиа-кита издания, выработки технических требований для рекламодателей. Разработка коммерческих предложений студентами, создание студентами медиа-кита собственного печатного СМИ (газета, журнал)				
	<b>Написание реферата</b>	1	Устный доклад	ОПК- 15, ОПК-19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	
<b>Тема 19.</b> «Новейшие формы распространения периодических изданий»	<b>Практическое занятие</b>	2	<b>Подготовка проектов</b>	ОПК-15, ОПК-19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Фронтальный опрос
	<b>Лабораторное занятие</b>				
	Электронная подписка на издания. Успешный опыт реализации данной концепции подписки федеральными и региональными СМИ. Инструменты стимулирования электронной подписки.				

	Варианты ее реализации. Перспективы и проблемы				
	<b>Написание реферата</b>	2	Устный доклад	ОПК-15, ОПК-19, ОПК-20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	

**Примечание.** В таблице уровень усвоения учебного материала обозначен цифрами:

1. - репродуктивный уровень (освоение знаний, выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
2. - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач; применение умений в новых условиях);
3. творческий (самостоятельное проектирование экспериментальной деятельности; оценка и самооценка инновационной деятельности).

## 6. Образовательные технологии

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных занятиях

семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛЗ)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
6	Л	Проблемные лекции	4
	ПР	Дискуссия с элементами коллоквиума	8
	ЛЗ		4
Итого:			16

## 7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию	наименование оценочного средства
4	«Работа с читательской аудиторией»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Реферат
6	«Выпуск приложений печатного	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-	Контрольная работа

	издания»	7.	
8	«Формы организации медиабизнеса в России»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Письменная работа
10	«Бизнес-модель издания»	ОПК-15, ОПК- 19, ОПК- 20, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7.	Зачетное собеседование

### **7.1. Организация текущего контроля и промежуточного контроля обучения**

**Текущий контроль** проводится преподавателем на каждом занятии. Он представляет собой фронтальный опрос и проверку знаний студентов по ранее данному им материалу. Текущий контроль осуществляется по всем темам обучения дисциплине «Профессиональные творческие студии».

**Промежуточный контроль** - проводится по итогам изучения дисциплины письменно или устно в виде выполнения контрольных заданий, которые являются показателями их готовности к сдаче экзамена.

### **7.2. Организация контроля:**

**Текущий контроль** - фронтальный опрос, индивидуальные задания, реферат

**Промежуточная аттестация** - контрольные срезы

### **7.3. Тематика рефератов**

1. Бюджет печатного периодического издания.
2. Доходная часть бюджета, ее компоненты.
3. Ценовая политика редакции.
4. Коммерческая деятельность редакции.
5. Способы организации распространения печатного издания. Современные тенденции.
6. Концепция «Дистрибуция 360».
7. Редакционно-издательский менеджмент.
8. Распространение периодического издания: стратегия и тактика.
9. Бизнес-план редакции.
10. Современные тенденции в оформлении и дизайне периодического печатного издания, которые необходимо учитывать при запуске нового проекта. Психологические особенности восприятия информации современной аудиторией.
11. Редакционно-издательский маркетинг.
12. Планирование и методы редакционно-издательского маркетинга.
13. Маркетинговые ходы продвижения издания на рынке. Современные тенденции.
14. Маркетинговые кампании по продвижению СМИ.
15. Методика сбора информации: особенности работы с самым распространенным источником информации – представителями органов власти (алгоритм оформления официального запроса).
16. Контент как ключевой фактор успешного проекта печатного СМИ: ориентация на аналитические жанры. Качество информации: принципы и правила проверки достоверности информации. Источники информации и работа с ними.
17. Основные функции, которые должно выполнять печатное издание как СМИ (помимо собственно информационной). Как это соотносится с концепцией издания, его целями и задачами, аудиторией.
18. Печатное СМИ – как коммерчески успешный проект и как связующее звено между гражданами и правительственными органами и др. социальными институтами: понятие о репутации издания (на конкретных примерах ныне существующих российских печатных периодических изданий).
19. Читательская аудитория как один из факторов, определяющих успешность печатного издания. Организация обратной связи: традиционные и современные способы.
20. Электронная версия печатного СМИ. Способы реализации и существующие варианты. Современные концепции реализации электронной версии печатного СМИ (на конкретных примерах ныне существующих российских СМИ).

### **7.4. Курсовая работа (6 семестр)**

Не предусмотрена

### **7.5. Вопросы к зачету (6 семестр)**

1. Структура редакции, на какие основные части традиционно принято подразделять редакцию и почему?
2. Творческая часть редакции: основные цели, задачи и функции и алгоритм работы всех ее звеньев.
3. Структурный состав технической службы редакции, их обязанности каждого отдела и структурного подразделения. Какие обязательные компоненты должны быть в наличии технической части редакции?
4. Коммерческая часть редакции: отделы и их предназначение. Основные функциональные обязанности данной части редакции.
5. Редакция как творческий, производственный и трудовой коллектив. В чем состоит специфика такого коллектива (по каждому из определяющих коллектив особенностей). Юридическое регулирование взаимоотношений внутри редакции, редакции и собственника СМИ: устав, трудовой договор.
6. Алгоритм подготовки одного номера издания (от задумки до реализации) – все этапы процесса.
7. Основные законодательные акты, регулирующие и определяющие функционирование редакции и работу журналистов (законы и ключевые статьи, которые должен знать журналист и редактор).
8. Алгоритм открытия нового печатного СМИ: процесс регистрации и т.д.
9. Права и обязанности журналиста.
10. Регулирование отношений между учредителем, издателем и редакционным коллективом.
11. Комплексная модель издания и ее компоненты.
12. Современные подходы к комплексному моделированию.
13. Содержательная модель издания и ее составляющие.
14. Что такое концепция издания? Как и кем она формируется и что определяет? Какие факторы необходимо учитывать при формировании концепции будущего издания?
15. Понятие о типологических признаках издания как трамплине для запуска нового печатного проекта или трансформации уже существующего.
16. Понятие о графической модели издания.
17. Компоненты композиционно-графической модели по Деордиеву, Галкину, Табашникову.
18. Техпаспорт издания. Его элементы и функциональное предназначение.
19. Компоненты полной композиционно-графической модели.
20. Сетевой график выхода.
21. Планирование номера издания. Виды и типы планов, традиционно применяемых в редакции (с учетом специфики как издания, так и редакции).
22. Формирование портфеля редакции, темника (от журналистского до редакторского).
23. Понятие о спецвыпуске и тематическом номере издания: сущность, предназначение, варианты реализации. Подходы к воплощению.
24. Приложения издания. Типы, цели, прибыль.
25. Алгоритм работы с заказчиками-рекламодателями: варианты работы (разработка макета и публикация макетов заказчика), технические требования редакции, дедлайны, договоры как средство обезопасить себя.
26. Медиаакт издания: что это такое? Зачем он необходим? Основные правила его составления.
27. Информационный рынок и его компоненты.
28. Предпосылки основания периодического издания.
29. Понятие медиабизнеса. Типы медиабизнеса в России и мире.
30. Финансовая база издания.

## 7.6. Критерии оценки

Оценочная схема экзаменационного ответа

	удовлетворительно	хорошо	отлично
теоретические знания	2-4	4-7	8-9
умение применять знания в обсуждении	2-4	4-7	8-9

конкретных ситуаций, приводить примеры			
умение решать проблемные ситуации	2-4	4-7	8-9

0-1 - "неудовлетворительно" ответы студента не соответствуют требованиям к оценке "удовлетворительно";

1-4 - "удовлетворительно" студент знаком с основными положениями проблемы, имеет в наличии конспекта и тезисы, самостоятельно, но не очень уверенно отвечает на вопросы билета;

5-7 - "хорошо" студент демонстрирует высокий уровень знаний по вопросам билета, допускает некоторые недочеты, дает неполный анализ рассматриваемого вопроса;

8-9 - "отлично" студент показывает широкое и разностороннее знание проблемы, имеет конспекты лекций, первоисточников и другие выполненные задания, предлагаемые в течение изучения дисциплины.

## 8. Сведения о материально-техническом обеспечении дисциплины

### V. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
	Лекционная аудитория	Схемы к лекционным материалам, раздаточный материал, таблицы и др. материал, позволяющий сократить время на теоретическое изложение материала
	Компьютерный класс	Компьютерный класс с выходом в Интернет для работы с базами данных и иными источниками информации

### 1. Технические средства

1. Учебные аудитории с доступом к сети «Интернет», укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

2. Учебная аудитория, телевизионная лаборатория для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

3. Комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук, колонки, микрофон.

4. Оргтехника: компьютер, принтер, копировальный аппарат, сканер.

№	Наименование продукта	Кол-во
1	Adobe Premiere CS6 Academic Edition	5
2	Adobe Design Standart 5 AcademicEdition License RU	15
3	Microsoft Volume License	
4	Applications - Office Standard 2010	25

5	Microsoft Volume License	
6	Applications - Office Professional Plus 2007	13
7	Applications - Office Standard 2007	50

## 9. Особенности обучения лиц с ОВЗ:

- использование элементов дистанционного обучения при работе со студентами;
  - обеспечение студентов опорными конспектами, конспектами лекций (при затруднении конспектирования);
  - использование при проверке усвоения материалы методик, не требующих выполнения рукописных работ при изложении вслух (при затруднении с письмом или речью), например, текстовых бланков.
  - использование аудиозаписей лекционного материала;
  - использование различных наглядных пособий, видеоматериалов на занятиях;
  - использование устной формы ответа при проведении контрольных, лабораторных и практических работ;
- Использование мультимедийных средств, оргтехники, слайд-проекторов, электронной доски.

## 10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (на следующей странице)

### 10.1. Основная литература

1. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие для вузов / А.А. Тертычный. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0875-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039125> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1039125>
2. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038950> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038950>
3. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России : учеб. пособие для студентов вузов / И.М. Дзялошинский. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 312 с. - ISBN 978-5-7567-0890-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038959> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038959>

### 10.2. Дополнительная литература

1. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 536 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-01499-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028742>
2. Свитич, Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист: учеб. пособие для студентов вузов / Л.Г. Свитич. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2012. - 255 с. - ISBN 978-5-7567-0602-4. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039118>
3. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России : учеб. пособие для студентов вузов / И.М. Дзялошинский. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 312 с. - ISBN 978-5-7567-0890-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038959> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038959>
5. Интернет-СМИ: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М.М. Лукиной. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 348 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039083>

## Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины для организации самостоятельной работы студентов

Электронно-библиотечная система «Znanium.com» - <http://znanium.com>

