

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИ-
НЕ
«Корпоративные медиа»

Направление подготовки

42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль)

Медиаменеджмент и медиаана-
литика

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....	5
ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	7
ТЕМА 1.	7
ТЕМА 2.	8
ТЕМА 3.	9
ТЕМА 4.	10
ТЕМА 5.	11
ТЕМА 6.	12
ТЕМА 7.	13
ТЕМА 8.	14
ТЕМА 9.	15
Тема 10	16

Введение

Методические указания по дисциплине «Корпоративные медиа» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика».

Цель освоения дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о концепции корпоративных медиа, рассмотреть корпоративные медиа как субъект деятельности СМИ, изучить типологию корпоративных медиа, а также основные тенденции и перспективы развития.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить особенности и принципы организации корпоративных медиа;
- сформировать представление о том, как самостоятельно подготовить корпоративное медиа с учетом требований корпорации;
- приобрести навыки анализа информационной повестки и контента корпоративных медиа.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Корпоративные медиа», работы на практических занятиях у обучающихся должны сформироваться следующие компетенции:

Код компетенции, индикаторов	Формулировка:
ПК-2	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики СМИ / медиа
ИД-1 _{ПК-2}	Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.
ИД-2 _{ПК-2}	Анализирует информационную повестку интернет-СМИ и журналистскую деятельность.

Методические указания выступают в качестве информационного и практического источника и могут быть использованы для очного и дистанционного обучения.

ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1

Тема занятия: Понятие концепции корпоративных медиа.

Цель: сформировать представление о концепции корпоративных медиа.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Понятие концепции корпоративных медиа.
2. Современные теории изучения СМИ и формирование концепции корпоративных медиа.
3. Рынок корпоративных медиа: вопросы типологии

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

- Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2

Тема занятия: Компания как бренд. Виды целевой аудитории корпоративных медиа.

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Понятие «бренд». Основные характеристики бренда.
2. Уточнение типологических особенностей будущего корпоративного издания с помощью рыночных инструментов.
3. Маркетинговые исследования будущей аудитории: коммерческие и некоммерческие инструменты.
4. Виды аудитории: B2B, B2C, B2P и другие.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

Тема занятия: Организационно-административные аспекты создания корпоративных медиа

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Выбор организационно-правовой формы корпоративных медиа
2. Устав корпоративных медиа (издательский договор).
3. Штатное расписание, должностные инструкции сотрудников корпоративных медиа.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

Тема занятия: Экономические аспекты создания корпоративных медиа

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Формирование финансового и менеджерского коллективов.
2. Проблема первоначального капитала. Создание модели выхода издателя на «точку безубыточности» и последующее обеспечение экономической редакционной самостоятельности.
3. Экономико-финансовый алгоритм работы: ежедневный, еженедельный, ежемесячный, ежеквартальный, полугодовой, годовой.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

- Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5

Тема занятия: Технические аспекты создания корпоративных медиа

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Техническое оснащение создания печатных корпоративных медиа.
2. Оборудование и программы для создания видео- и аудиоматериалов.
3. Создание сайта компании и ведение аккаунтов на различных платформах.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

Тема занятия: Творческие аспекты создания корпоративных медиа

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Творческий коллектив корпоративных медиа.
2. Копирайтинг и рерайтинг.
3. Текстовые и визуальные креативы в работе корпоративных медиа.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7

Тема занятия: Содержательная модель корпоративных медиа

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и тенденциях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Концептуальная часть содержательной модели корпоративных медиа: миссия, главный герой, этические нормы.
2. Языковая часть содержательной модели: стиль, основные жанры и форматы.
3. Позиционирование корпоративных медиа на информационном рынке.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

- Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8

Тема занятия: Графическая (дизайнерская) модель корпоративных печатных медиа

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Структура номера: анонсы, разделы, рубрики, графика.
2. Место иллюстрации в издании.
3. Принципы верстки. Узнаваемость.
4. Соответствие дизайнерской модели содержанию издания.
5. Правила оформления материала, страницы, разворота, раздела, рекламы, обложек издания, собственно издания.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9

Тема занятия: Специальные проекты в корпоративных медиа.

Цель: сформировать представление о современном рынке корпоративных медиа России, ознакомить с особенностями специальных проектов в корпоративных медиа.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Типология специальных проектов в корпоративных медиа.
2. Примеры специальных проектов в корпоративных медиа.
3. Редакционные и рекламные ноу-хау.
4. Ноу-хау дизайнеров печатных корпоративных изданий.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

- Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10

Тема занятия: Корпоративные аккаунты в социальных сетях.

Цель: сформировать представление о современном рынке и специфике корпоративных медиа России и требованиях к ним.

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность темы (семинара) обусловлена важным значением концепции корпоративных медиа в профессиональной журналистской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Концепция корпоративных пабликов
2. Виды контента.
3. Взаимодействие с аудиторией.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме.

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

1. Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.
5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕ-
РАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы
по дисциплине
«Корпоративные медиа»**

Направление подготовки

42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль)

Медиаменеджмент и медиаа-
налитика

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины
3. Технологическая карта самостоятельной работы
4. Контрольные точки и виды отчетности по ним
5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)
6. Методические рекомендации по подготовке к экзамену
7. Список рекомендуемой литературы

1. Введение

Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Корпоративные медиа» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика, направленность (профиль) – «Медиа-менеджмент и медиааналитика».

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «Корпоративные медиа» - способствовать формированию знаний, умений и навыков, позволяющих иметь целостное представление о концепции корпоративных медиа, рассматривать корпоративные медиа как субъект деятельности СМИ, понимать типологию корпоративных медиа, а также основные тенденции и перспективы их развития, у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

2. Общая характеристика самостоятельной работы при изучении дисциплины

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Корпоративные медиа» – научить студента осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями в области теории корпоративных медиа.

Задачи самостоятельной работы:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;
- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к поиску и анализу актуальных проблем современной медиапрактики.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций; работа с электронными ресурсами в сети Интернет; подготовка к практическим занятиям (в том числе к семинарам-дискуссиям).

3. Технологическая карта самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
3 семестр						
ПК-2	Подготовка к практическим занятиям	Устный ответ	Собеседование	27,0	3,0	30
ПК-2	Подготовка к дискуссии	Устный ответ	Устный опрос	10,8	1,2	12

ПК-2	Самостоятельное изучение литературы	Устный ответ	Устный опрос	23,4	2,6	26
Итого за 3 семестр				61,2	6,8	68
Итого				61,2	6,8	68

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе профессиональной деятельности.

4. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории. Контрольные точки на предусмотрены.

Предусмотрены следующие виды контроля: устный опрос на практическом занятии, оценка презентации, оценка участия в круглом столе, оценка участия в дискуссии, оценка доклада.

Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям, семинарам-дискуссиям указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим работам. Однако необходимо уметь самостоятельно находить ресурсы, посвященные медиаисследованиям. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библио-

течных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Семинар-дискуссия, устный опрос проводятся в рамках практических занятий. Подготовка к ним предполагает изучение рекомендованной литературы, выполнение заданий, предусмотренных к конкретному практическому занятию по дисциплине и представленных в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка к семинару-дискуссии

Подготовка к семинару-дискуссии начинается с распределения форм участия и функций студентов в семинаре. Студентами осуществляется определение круга проблем и вопросов, подлежащих обсуждению; подбор основной и дополнительной литературы к теме семинара-дискуссии, а также дальнейшее изучение литературы.

7. Методические рекомендации по подготовке к экзамену

Данная форма контроля не предусмотрена учебным планом.

8. Список литературы, рекомендуемый к использованию в самостоятельной работе студентов

Основная литература:

1. Егошина И.Л. Корпоративные медиа: учебное пособие; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 148 с. - Библиогр.: с. 133 - ISBN 978-5-8158-2005-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307>.

Дополнительная литература:

1. Корпоративные массмедиа: (генезис, функционирование, трансформации) / редкол.: Б. Я. Мисонжников (отв. ред.), Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. - Санкт-Петербург: Каф. периодической печати фак. журналистики СПбГУ, 2010. - 194 с.
2. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учебное пособие. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014
3. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации / Г. Л. Акопов, А. Л. Аكوпова, Н. В. Бакирова [и др.] ; под редакцией Г. Л. Акопова. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 300 с.

Методическая литература:

Методические указания по организации самостоятельной работы по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Корпоративные медиа» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика / Лепилкина О.И. – Ставрополь: СКФУ, 2025.

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн;
3. Электронная научная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>.
4. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.mediascope.ru/>.

5. Электронная научная библиотека «Киберленинка» – <https://cyberleninka.ru>