

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Смоленский государственный университет»

Кафедра литературы и журналистики

*«Утверждаю»*

Проректор по учебно-  
методической работе  
\_\_\_\_\_ Ю.А. Устименко  
16 сентября 2021 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Б1.В.12 Деловая журналистика**

Направление подготовки: **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль): **Периодическая печать**

Форма обучения: очная

Курс – 3

Семестр – 6

Всего зачетных единиц – 3, часов – 108

Форма отчетности: экзамен – 6 семестр

Программу разработал:

кандидат филологических наук, доцент М.А. Миронова

Одобрена на заседании кафедры литературы и журналистики  
«09» сентября 2021 года, протокол №1

Завкафедрой \_\_\_\_\_

Смоленск  
2021

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.12«Деловая журналистика» включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.02 "Журналистика".

Для успешного освоения данного курса студентам необходим комплекс знаний, обеспечиваемых рядом изучаемых дисциплин, с которыми он координируется. Это сведения общеориентирующего характера о журналистской профессии (Б1.О.17 «Введение в профессию»); понимание роли СМИ в обществе, особенностей массовой информации (Б1.О.18 «Основы теории журналистики»); представление о специфике средств массовой информации, их типах и видах (Б1.О.19 «Система СМИ»).

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
<b>УК-1.</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> основные принципы и требования системного подхода к решению поставленных задач; <b>Уметь:</b> осуществлять поиск, отбор информации, интерпретировать ее для решения поставленных задач, формировать собственные суждения и убедительно обосновать их; <b>Владеть:</b> навыками сбора, критического анализа и синтеза информации в соответствии с поставленной проблемой.
<b>УК-4.</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языках	<b>Знать:</b> особенности стиля делового общения на государственном и иностранных языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; <b>Уметь:</b> следовать основным нормам, принятым в деловом общении в официальной и неофициальной сфере; учитывать социокультурные различия в формате создания корреспонденции на государственном и иностранном языках; <b>Владеть:</b> различными методами, технологиями и типами коммуникаций при осуществлении профессиональной деятельности на государственном и иностранном языках.
<b>ПК-2.</b> Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	<b>Знать:</b> свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени. <b>Уметь:</b> распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами. <b>Владеть:</b> навыками составления графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта.
<b>ПК-3.</b> Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами,	<b>Знать:</b> редакционные стандарты, форматы, жанры, стили, профессиональные этические нормы при создании журналистского текста и (или) продукта. <b>Уметь:</b> приводить журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами <b>Владеть:</b> технологическими требованиями к разным типам

жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта.
--	--

### 3. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Сущность деловой журналистики: ключевые понятия	Основные значения понятия «деловая журналистика». Целевая аудитория делового издания. Инфотейнмент как форма организации современной деловой информации. Функции деловой журналистики. Место и роль деловой журналистики в обществе.
2	Типология деловых СМИ	Типологическая схема М.В. Шкондина применительно к деловым СМИ. Аудиторная характеристика деловых СМИ. Предметно-тематическая направленность деловых СМИ. Целевое назначение деловых СМИ. Деловые телеканалы. Деловое радио. Деловые информационные агентства. Деловые интернет-ресурсы. Деловая печать. «Потребительские» и «специализированные» деловые издания.
3	Деловые СМИ за рубежом: история и современность	Деловые издания XVI-XVII веков. Ведомости Фуггеров. Прейскуранты. Английские деловые издания. Деловые издания XVII-XVIII веков. Французские деловые издания. Деловые СМИ второй половины XIX века: экономические журналы «научного» стиля и финансовая пресса. Информационные агентства «Гавас», «Вольф», «Рейтерс». Деловая информация в ежедневных газетах «общего интереса». Движение макрейкеров. «Потребительские» издания. Журналы «общего интереса». Деловые телеканалы. Деловые издания Японии. Деловые издания Китая.
4	История деловых масс-медиа в России	Деловые издания XVIII-XIX вв. Кризис деловой прессы России после революции 1917 года. Пять этапов развития современных российских деловых СМИ. Издательский дом «Коммерсант». Газета «Деловой Петербург». Журнал «Эксперт». Журнал «Профиль». Компания РБК. Газета «Ведомости». Журнал «Форбс». Радиостанция «Business FM».
5	Система отечественных бизнес-СМИ	Информационные агентства «Интерфакс», «Росбизнесконсалтинг». Деловой канал РБК-ТВ. Радио «Бизнес-ФМ». Радио «Коммерсант-ФМ».

		<p>Специализированные деловые издания. Универсальные деловые издания. Универсальные деловые газеты («Коммерсант», «Ведомости»). Универсальные деловые журналы («Форбс», «РБК», «Эксперт», «Профиль»). Деловые интернет-СМИ.</p>
6	Современная редакция: структура, задачи	<p>Принципы организации редакции делового издания: разделение труда, кооперирование труда и объединение его результатов, единоначалие. Отраслевое разделение труда и жанровое разделение труда. Подразделения редакции: творческая часть, техническая часть, коммерческая часть. Типичные этапы подготовки журналистского материала в печатном деловом СМИ. Отделы редакции. Классификация творческих работников редакции.</p>
7	Стандарты СМИ	<p>Деловая журналистика как вид качественной журналистики. Этические вопросы в деловых СМИ. Высокая структурированность деловой журналистики. Унификация и стандартизация рабочих процессов в деловых СМИ. Профессиональные стандарты журналиста. Информационный стандарт газеты «Ведомости».</p>
8	Типология источников	<p>Проверка источников информации. Ньюсмейкеры и эксперты как источники информации. Открытые и закрытые источники информации. Первичные и вторичные источники информации. Наблюдение и эксперимент как методы поиска информации.</p>
9	Досье журналиста	<p>Правила и принципы формирования досье журналиста. Систематизация собранной информации. Проблемные досье для аналитических статей. Тематическое досье. Личностное досье.</p>
10	Интернет для журналиста	<p>Принципы использования поисковых систем «Яндекс» и Google. Российские электронные архивы («Интегрум», «Медиалогия», СКАН, Public.ru). Зарубежные электронные архивы (Factiva, LexisNexis). Электронные архивы печатных газет. Блоги, специализированные сообщества, форумы как источники информации.</p>
11	Нормативно-правовые акты	<p>Понятие «нормативно-правовой акт». Процедура принятия нормативно-правовых актов. Распространение информации о нормативно-правовых актах. Специализированные правовые системы. Единая государственная база правовых актов ГСРПА.</p>
12	Маркетинговые исследования	<p>Социологические исследования как источник информации. ВЦИОМ. Фонд «Общественное мнение». Левада-Центр. Медиаисследования как источник информации. TNS-Gallupmedia. «Эспар-Аналитик».</p>

13	Аналитические обзоры	Обзоры финансовых аналитиков как источник информации. Регулярные обзоры финансовых аналитиков. Специальные обзоры финансовых аналитиков. Фундаментальный и технический анализ финансовых аналитиков. Проверка информации: исследования Institutional Investor, Thomson Reuters Extel.
14	Технология делового интервью	Прием коллективной беседы в интервью. Интервью в газете «Ведомости». Интервью в журнале «Форбс». Вопросы в деловом интервью. Редактура интервью.
15	Верификация информации	Опрос всех участников события. Правило «двух источников». Правило ссылки на источник информации. Правила верификации информации в «Догме» газеты «Ведомости». Фактчекинг.

#### 4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий		
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
1.	Сущность деловой журналистики: ключевые понятия	7	2	2	3
2.	Типология деловых СМИ	7	2	2	3
3.	Деловые СМИ за рубежом: история и современность	7	2	2	3
4.	История деловых масс-медиа в России	7	2	2	3
5.	Система отечественных бизнес-СМИ	7	2	2	3
6.	Современная редакция: структура, задачи	7	2	2	3
7.	Стандарты СМИ	7	2	2	3
8.	Типология источников	4		2	2
9.	Досье журналиста	4		2	2
10.	Интернет для журналиста	4		2	2
11.	Нормативно-правовые акты	4		2	2
12.	Маркетинговые исследования	4		2	2

13.	Аналитические обзоры	4		2	2
14.	Технология делового интервью	4		2	2
15.	Верификация информации	31		2	2
	Контроль	27			27
<b>ИТОГО</b>		<b>108</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>64</b>

## **5. Виды образовательной деятельности**

### **5.1. Занятия лекционного типа**

#### **Лекция 1. Сущность деловой журналистики: ключевые понятия**

Основные значения понятия «деловая журналистика». Целевая аудитория делового издания. Инфотейнмент как форма организации современной деловой информации. Функции деловой журналистики. Место и роль деловой журналистики в обществе.

#### **Лекция 2. Типология деловых СМИ**

Типологическая схема М.В. Шкондина применительно к деловым СМИ. Аудиторная характеристика деловых СМИ. Предметно-тематическая направленность деловых СМИ. Целевое назначение деловых СМИ. Деловые телеканалы. Деловое радио. Деловые информационные агентства. Деловые интернет-ресурсы. Деловая печать. «Потребительские» и «специализированные» деловые издания.

#### **Лекция 3. Деловые СМИ за рубежом: история и современность**

Деловые издания XVI-XVII веков. Ведомости Фуггеров. Прейскуранты. Английские деловые издания. Деловые издания XVII-XVIII веков. Французские деловые издания. Деловые СМИ второй половины XIX века: экономические журналы «научного» стиля и финансовая пресса. Информационные агентства «Гавас», «Вольф», «Рейтерс». Деловая информация в ежедневных газетах «общего интереса». Движение макрейтеков. «Потребительские» издания. Журналы «общего интереса». Деловые телеканалы. Деловые издания Японии. Деловые издания Китая.

#### **Лекция 4. История деловых масс-медиа в России**

Деловые издания XVIII-XIX вв. Кризис деловой прессы России после революции 1917 года. Пять этапов развития современных российских деловых СМИ. Издательский дом «Коммерсант». Газета «Деловой Петербург». Журнал «Эксперт». Журнал «Профиль». Компания РБК. Газета «Ведомости». Журнал «Форбс». Радиостанция «Business FM».

#### **Лекция 5. Система отечественных бизнес-СМИ**

Информационные агентства «Интерфакс», «Росбизнесконсалтинг». Деловой канал РБК-ТВ. Радио «Бизнес-ФМ». Радио «Коммерсант-ФМ». Специализированные деловые

издания. Универсальные деловые издания. Универсальные деловые газеты («Коммерсант», «Ведомости»). Универсальные деловые журналы («Форбс», «РБК», «Эксперт», «Профиль»). Деловые интернет-СМИ.

### **Лекция 6. Современная редакция: структура, задачи**

Принципы организации редакции делового издания: разделение труда, кооперирование труда и объединение его результатов, единоначалие. Отраслевое разделение труда и жанровое разделение труда. Подразделения редакции: творческая часть, техническая часть, коммерческая часть. Типичные этапы подготовки журналистского материала в печатном деловом СМИ. Отделы редакции. Классификация творческих работников редакции.

### **Лекция 7. Стандарты СМИ**

Деловая журналистика как вид качественной журналистики. Этические вопросы в деловых СМИ. Высокая структурированность деловой журналистики. Унификация и стандартизация рабочих процессов в деловых СМИ. Профессиональные стандарты журналиста. Информационный стандарт газеты «Ведомости».

## **5.2. Занятия семинарского типа (практические занятия)**

### **Тема 1. Сущность деловой журналистики: ключевые понятия**

*Вопросы для обсуждения*

1. Понятие «деловая журналистика».
2. Целевая аудитория делового издания.
3. Инфотейнмент как форма организации современной деловой информации.
4. Функции деловой журналистики.
5. Место и роль деловой журналистики в обществе.

### **Тема 2. Типология деловых СМИ**

*Вопросы для обсуждения*

1. Типологические признаки деловых изданий.
2. Аудиторная характеристика деловых СМИ.
3. Предметно-тематическая направленность деловых СМИ.
4. Целевое назначение деловых СМИ.
5. «Потребительские» и «специализированные» деловые издания.

### **Тема 3. Деловые СМИ за рубежом: история и современность**

*Вопросы для обсуждения*

1. Деловые издания XVI-XVII веков.
2. Английские деловые издания.
3. Деловые издания XVII-XVIII веков.
4. Французские деловые издания.

5. Деловые СМИ второй половины XIX века: экономические журналы «научного» стиля и финансовая пресса.
6. Информационные агентства «Гавас», «Вольф», «Рейтерс».
7. Деловая информация в ежедневных газетах «общего интереса».

#### **Тема 4. История деловых масс-медиа в России**

##### *Вопросы для обсуждения*

1. Деловые издания XVIII-XIX вв.
2. Пять этапов развития современных российских деловых СМИ.
3. Газета «Деловой Петербург».
4. Журнал «Эксперт».
5. Журнал «Профиль».
6. Журнал «Форбс».
7. Радиостанция «Business FM».

#### **Тема 5. Система отечественных бизнес-СМИ**

##### *Вопросы для обсуждения*

1. Информационные агентства «Интерфакс», «Росбизнесконсалтинг».
2. Деловой канал РБК-ТВ.
3. Радио «Коммерсант-ФМ».
4. Специализированные деловые издания.
5. Универсальные деловые газеты («Коммерсант», «Ведомости»).
6. Универсальные деловые журналы.
7. Деловые интернет-СМИ.

#### **Тема 6. Современная редакция: структура, задачи**

##### *Вопросы для обсуждения*

1. Принципы организации редакции делового издания.
2. Отраслевое разделение труда и жанровое разделение труда.
3. Подразделения редакции.
4. Типичные этапы подготовки журналистского материала в печатном деловом СМИ.
5. Классификация творческих работников редакции.

#### **Тема 7. Стандарты СМИ**

##### *Вопросы для обсуждения*

1. Деловая журналистика как вид качественной журналистики.
2. Этические вопросы в деловых СМИ.
3. Высокая структурированность деловой журналистики.
4. Унификация и стандартизация рабочих процессов в деловых СМИ.
5. Информационный стандарт газеты «Ведомости».



## **Тема 8. Типология источников**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Проверка источников информации.
2. Ньюсмейкеры и эксперты как источники информации.
3. Открытые и закрытые источники информации.
4. Первичные и вторичные источники информации.
5. Наблюдение и эксперимент как методы поиска информации.

## **Тема 9. Досье журналиста**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Правила и принципы формирования досье журналиста.
2. Систематизация собранной информации.
3. Проблемные досье для аналитических статей.
4. Тематическое досье.
5. Личностное досье.

## **Тема 10. Интернет для журналиста**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Принципы использования поисковых систем «Яндекс» и Google.
2. Российские электронные архивы («Интегрум», «Медialogия», СКАН, Public.ru).
3. Зарубежные электронные архивы (Factiva, LexisNexis).
4. Электронные архивы печатных газет.
5. Блоги, специализированные сообщества, форумы как источники информации.

## **Тема 11. Нормативно-правовые акты**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Понятие «нормативно-правовой акт».
2. Процедура принятия нормативно-правовых актов.
3. Распространение информации о нормативно-правовых актах.
4. Специализированные правовые системы.
5. Единая государственная база правовых актов ГСРПА.

## **Тема 12. Маркетинговые исследования**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Социологические исследования как источник информации.
2. ВЦИОМ.
3. Фонд «Общественное мнение».
4. Левада-Центр.
5. Медиаисследования как источник информации.
6. TNS-Gallup media.
7. «Эспар-Аналитик».

## **Тема 13. Аналитические обзоры**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Обзоры финансовых аналитиков как источник информации.
2. Регулярные обзоры финансовых аналитиков.
3. Специальные обзоры финансовых аналитиков.
4. Фундаментальный и технический анализ финансовых аналитиков.
5. Проверка информации: исследования Institutional Investor, Thomson Reuters Extel.

## **Тема 14. Технология делового интервью**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Прием коллективной беседы в интервью.
2. Интервью в газете «Ведомости».
3. Интервью в журнале «Форбс».
4. Вопросы в деловом интервью.
5. Редактура интервью.

## **Тема 15. Верификация информации**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Опрос всех участников события.
2. Правило «двух источников».
3. Правило ссылки на источник информации.
4. Правила верификации информации в «Догме» газеты «Ведомости».
5. Фактчекинг.

## **Самостоятельная работа**

### **Тема 1. Сущность деловой журналистики: ключевые понятия**

Найдите определение понятий «деловая журналистика» и «экономическая журналистика». Определите, в чем отличие этих понятий.

### **Тема 2. Типология деловых СМИ**

Назовите основные «потребительские» и «специализированные» деловые издания России. Проведите типологический анализ одного издания из каждой группы. Определите типологические отличия этих изданий на основе проведенного анализа.

### **Тема 3. Деловые СМИ за рубежом: история и современность**

Подготовьте историческую справку об информационных агентствах «Гавас», «Вольф» и «Рейтерс». Определите, какие из этих информационных агентств существуют в настоящее время. Подготовьте обзор современной работы зарубежных деловых информационных агентств.

### **Тема 4. История деловых масс-медиа в России**

Подготовьте типологический анализ газеты «Деловой Петербург». Определите, как развивалось издание на протяжении своего существования.

#### **Тема 5. Система отечественных бизнес-СМИ**

Проведите типологический и содержательный анализ газет «Коммерсантъ» и «Ведомости». Определите отличия этих изданий.

#### **Тема 6. Современная редакция: структура, задачи**

Найдите определение понятия «мультимедийный ньюсрум». Определите, какие редакции деловых изданий России работают по такой структуре.

#### **Тема 7. Стандарты СМИ**

Изучите информационный стандарт газеты «Ведомости» («Догма» «Ведомостей»). Определите, каковы принципы работы журналистов издания при написании материала, каковы этические стандарты издания.

#### **Тема 8. Типология источников**

Назовите основные открытые источники информации для российского делового издания. Представьте их краткую характеристику.

#### **Тема 9. Досье журналиста**

Назовите принципы составления тематического досье журналиста. Расскажите о собственных принципах составления досье журналиста, исходя из опыта Вашей работы.

#### **Тема 10. Интернет для журналиста**

Определите основные принципы использования поисковых систем «Яндекс» и Google. В чем отличие поисковой выдачи в этих системах на один и тот же поисковый запрос? В каких случаях лучше пользоваться каждой из этих поисковых систем? Изучите сервис GoogleTrends. Чем он может быть полезен в работе журналиста?

#### **Тема 11. Нормативно-правовые акты**

Изучите специализированные правовые системы «Консультант Плюс», «Гарант». Определите, в чем отличие этих систем.

#### **Тема 12. Маркетинговые исследования**

Изучите сайт сервиса медиаисследований «Медиалогия». Изучите на сайте «Медиалогии» актуальные для настоящего времени рейтинги СМИ, журналистов и блогеров. Попытайтесь обосновать верхние позиции рейтингов в контексте последних медийных событий.

#### **Тема 13. Аналитические обзоры**

Проанализируйте один-два обзора финансовых аналитиков. Определите, на какие параметры информации о компании они обращают внимание.

## **Тема 14. Технология делового интервью**

Проанализируйте интервью в российских журналах «Форбс» и «РБК». В чем отличие интервью в этих журналах? Каковы черты именно делового интервью в этих материалах?

## **Тема 15. Верификация информации**

Определите основные российские и зарубежные онлайн-сервисы для фактчекинга. В чем отличие российских и зарубежных ресурсов?

## **6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины**

### **6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации**

В качестве текущего контроля проводятся фронтальные и индивидуальные опросы на семинарских занятиях, рассматриваются проблемные вопросы по темам семинара.

#### **Ответы на вопросы практических занятий**

Вопросы для подготовки к практическим заданиям приведены в разделе «Виды образовательной деятельности».

*Критерии оценивания:*

- логично выстроенный ответ с приведением убедительных аргументов – 1 балл;
- при подготовке к ответу учтено мнение современных ученых – 1 балл;
- использование при ответе дополнительной литературы – 1 балл;
- знание и умение анализировать художественный текст – 1 балл;
- культура речи – 1 балл;
- «**Отлично**» – 5 баллов;
- «**Хорошо**» – 4 балла;
- «**Удовлетворительно**» – 3 балла;
- «**Неудовлетворительно**» – менее 3 баллов.

### **6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации**

#### **Контрольная работа**

Для выполнения контрольной работы студентам необходимо дать развернутые ответы на следующие вопросы.

1. Как бы Вы определили деловую журналистику?
2. Кто является потребителем деловой информации в СМИ?
3. Где и когда зародилась деловая журналистика? Какие издания были первыми представителями этого типа?
4. Назовите основные этапы в развитии деловых СМИ в мире.
5. Какие крупнейшие деловые СМИ в мире Вы знаете?
6. Опишите основные этапы развития деловой журналистики в постсоветской России.
7. Охарактеризуйте систему деловых СМИ в России.
8. Назовите самые известные российские финансово-экономические СМИ.
9. Перечислите основные этапы работы над текстом делового характера в СМИ.

10. Что такое стандарты СМИ? Почему они так важны для финансово-экономических масс-медиа? Что они, как правило, в себя включают?

*Критерии оценивания:*

«Отлично» – даны развернутые ответы на все вопросы, нет ни одной фактической ошибки.

«Хорошо» – даны развернутые ответы на все вопросы, допущена одна-две фактических ошибки.

«Удовлетворительно» – даны лишь краткие ответы на все вопросы, допущено три-пять фактических ошибок.

«Неудовлетворительно» – даны ответы не на все контрольные вопросы, ответы краткие, допущено больше пяти фактических ошибок.

**По курсу** «Деловая журналистика» предусмотрен экзамен.

*Критерии выставления оценки:*

«Отлично» выставляется студенту, который демонстрирует при ответе всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение анализировать тексты, свободно ориентируется в литературе, рекомендованной программой, пользуется специальной терминологией, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

«Хорошо» выставляется студенту, который демонстрирует при ответе хорошее знание учебно-программного материала, умение анализировать изученные тексты с отдельными негрубыми ошибками, ориентируется в литературе, рекомендованной программой, пользуется специальной терминологией, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

«Удовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с элементарным анализом текстов, знакомому с содержанием изученных текстов, допустившему погрешности в ответе, но обладающему необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

«Неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в анализе текстов, не ознакомившемуся с основной литературой, не овладевшему базовыми знаниями, предусмотренными по данной дисциплине, и определёнными предметными умениями.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **7.1. Основная литература**

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475753>
2. Ильина, М. В. Международное гуманитарное право и сми : учебное пособие для вузов / М. В. Ильина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 95 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13700-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477195>

3. *Потапов, Ю. А.* Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474720>
4. *Страшинов, С. Л.* Система СМИ: просветительство и журналистика : учебное пособие для вузов / С. Л. Страшинов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12557-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476529>
5. *Чевозерова, Г. В.* Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Г. В. Чевозерова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 329 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09763-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475142>

## 7.2. Дополнительная литература

1. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика. М., 1999.
2. Амзин А.А. Новостная интернет-журналистика. М., 2010.
3. Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1991.
4. Бочаров А.Г., Шостак М.И., Калашникова Л.И. Журнальная периодика России. М., 1996.
5. Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
6. Вырковский А.В. Деловые журналы России и США: прошлое и настоящее. М., 2009.
7. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. М., 2001.
8. Деловая журналистика. Под ред. А.В. Вырковского. М.: МедиаМир, 2012.
9. Дэннис Э., Мэррил Дж. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
10. Засурский Я.Н., Варганова Е.Л. Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002.
11. Колесниченко А.В. Прикладная журналистика. М., 2008.
12. Копперуд Р., Нельсон Р.П. Как преподносить новости. М., 1998.
13. Кузнецов И.Н. Информация: сбор, защита, анализ. М., 2001.
14. Кулев В.С. Деловая пресса России. М., 1996.
15. Мельник Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика: учеб.пособие. СПб, 2010.

## 7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Ассоциация распространителей печатной продукции – [www.arpp.ru](http://www.arpp.ru)  
Газета «Ведомости» – [www.vedomosti.ru](http://www.vedomosti.ru)  
Газета «Коммерсантъ» – [www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru)  
Гильдия издателей периодической печати – [www.gipp.ru](http://www.gipp.ru)  
Журнал «Экономист» – [www.economist.com](http://www.economist.com)  
Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» – [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)  
Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации – [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)  
Федеральная служба государственной статистики – [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

## 8. Материально-техническое обеспечение

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Стандартная учебная мебель (28 посадочных мест), стол преподавателя (1), стул (1), кафедра (1), мультимедиапроектор EPSON (1), ноутбук LENOVO (1), переносной экран (1), доска настенная (1).

Аудитория для самостоятельной работы – стандартная учебная мебель (28 посадочных мест), стол преподавателя (1), стул (1), кафедра (1), мультимедиапроектор EPSON (1), ноутбук LENOVO (1), переносной экран (1), доска настенная (1).

### **9. Программное обеспечение**

KasperskyEndpointSecurity для бизнеса Стандартный АО  
«Лаборатория Касперского», лицензия 1FB6-161215-133553-1-6231.  
MicrosoftOpenLicense, лицензия 49463448 в составе:

1. Microsoft Windows Professional 7 Russian;
2. Microsoft Office 2010 Russian.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**Сертификат:** 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30

**Владелец:** Артеменков Михаил Николаевич

**Действителен:** с 21.09.2022 до 15.12.2023