

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 31.08.2026 13:46:39
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.08 Экономическое управление СМИ

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Бизнес-моделирование современных СМИ

(наименование образовательной программы)

очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

к. филол. н., доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Пак Екатерина Максимовна

Заведующий кафедрой:

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой журналистики
и медиакоммуникаций

Ким Максим Николаевич

Рабочая программа дисциплины Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ»
одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций
факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС.

Протокол № __4__ от «9» апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» обеспечивает формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат**
	ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Анализирует в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты	ОПК-4.1 З-1 Знает механизмы анализа потребности общества в целях удовлетворения потребностей ОПК-4.1 У-1 Умеет анализировать потребности в целях удовлетворения спроса на коммуникационные продукты
			ОПК-4.2	Анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты	ОПК-4.2 З-1 Знает особенности анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты ОПК-4.2 У-1 Умеет анализировать потребности общества и аудитории для прогнозирования м удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты
	ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikationных	ОПК-5.1	Для принятия профессиональных решений анализирует актуальные тенденции развития медиакommunikationных	ОПК-5.1 З-1 Знает как для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikationных систем региона, страны и мира

		систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		систем региона, страны и мира	ОПК-5.1 У-1 Умеет для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
			ОПК-5.2	Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 З-1 Знает как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.2 У-1 Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость – 3 зачетных единицы, 108 академ. часов.

Контактная работа – 34 час., консультации к экзамену – 4 час.

Лекции – 14 час.

Практические занятия – 16 час.

Самостоятельная работа – 74 час.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Дисциплина Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» реализуется в 1-м семестре 1-го курса.

Учебная дисциплина Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» относится к обязательным дисциплинам по направлению подготовки магистров 42.04.02 «Журналистика».

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Экономика и организация работы

издательства», «Мотивация и оплата результатов деятельности», «Продвижение медиапродукта».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются магистрантами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	К о н т р о л ь	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Медиа рынок: специфика, структура, типы собственности. Основы медиа-менеджмента	26	4			4							18	УО, Д	
Тема 2	Правовые основы медиа-менеджмента	25	3			4							18	УО, Д	
Тема 3	Экономические основы печатных / электронные / интернет-СМИ	27	4			4							19	УО, Д	

Тема 4	Принципы работы конвергентной редакции	26	3			4							19	УО, Д, ПКЗ
Промежуточная аттестация		4								4				зачет
Итого		108	14			16				4			74	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

Д – доклад,

ПКЗ – практическое контрольное задание

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Медиа рынок: специфика, структура, типы собственности. Основы медиа-менеджмента. ОПК-4.2.

Социально-экономические, технологические предпосылки становления СМИ. Журналистская информация как товар. Функции и структура СМИ. СМИ как медиасистема, ее основные компоненты и факторы развития. Информационные потребности аудитории СМИ. Инструменты влияния и контроля в политике и экономике. Коммерческие предприятия. Национальные особенности медиасистемы. Закономерности формирования информационного рынка. Медиаиндустрия в экономике России. Особенности структуры рынка СМИ. Процесс концентрации СМИ. Финансово-промышленные группы, иностранный капитал на информационном рынке. Издательско-производственные объединения (ИПО). Промышленно-финансовое влияние на СМИ. Влияние социально-экономических факторов на медиарынок. Влияние технического прогресса на деятельности СМИ. Характеристика макро-уровня управления средствами массовой информации. Составные элементы микро-уровня управления средствами массовой информации. Экономические принципы редакционной деятельности. Цели и задачи редакционного менеджмента. Функции, виды редакционного менеджмента. Стратегические цели СМИ и персонал-стратегия. Формирование, планирование развития и управление персоналом в СМИ. Набор и отбор персонала в контексте стратегических задач СМИ. Управление карьерой. Мотивация, стимулирование труда. Стили управления персоналом СМИ. Конфликты в системе управления персоналом в СМИ.

Тема 2. Правовые основы медиа-менеджмента. ОПК-5.1.

Правовое регулирование в информационной сфере: 1) защита личности, общества и государства от воздействия недоброкачественной информации; 2) защита информации и информационных ресурсов от неправомерного воздействия посторонних лиц; 3) защита информационных прав и свобод. Правовые отношения в информационной сфере. Информация как объект правового регулирования, признаки, классификация. Система нормативного регулирования в сфере массовой информации. Структура правового статуса СМИ. Правовые гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Правовые ограничения в СМИ. Функции цензуры в правовом контексте. Право на информацию и право на коммуникацию: ценностные характеристики и актуальные проблемы. СМИ и проблемы политико-правовой социализации. Свобода слова в зарубежных странах. Информационно-правовая политика по отношению к свободе пользователей сети Интернет.

Тема 3. Экономические основы печатных / электронных / интернет-СМИ. ОПК-5.2.

Основные этапы развития газетной индустрии. Типология периодической печати (газетной и журнальной прессы). Характеристика четырех особенностей газетной индустрии и их влияние на стоимость товара. Основные проблемы и

современные тенденции развития газетного рынка. Экономические особенности журнальной индустрии. Важнейшие статьи доходов и расходов газеты. Роль рекламы в печатных СМИ. Тенденции развития рынка печатных СМИ в России. Модели организации вещательной сферы. Особенности телевидения как индустрии. Источники доходов в телеиндустрии Стратегии конкурентоспособного программирования в телеиндустрии. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Модели организации и финансирования общественного телевидения и радиовещания в разных странах. Современные тенденции рынка аудиовизуальных СМИ. Конкурентные преимущества онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ. Виды интернет-СМИ, их специфика.

Тема 4. Принципы работы конвергентной редакции. ОПК-4.1.

Особенности контента интернет-СМИ. Регистрация интернет-ресурса как электронного периодического СМИ. Бизнес-модели онлайн-СМИ.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

устный опрос, доклад, практическое контрольное задание

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема 1. Медиа рынок: специфика, структура, типы собственности. Основы медиа-менеджмента.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Опишите: контент-менеджер – профессия будущего.

Вопрос 2. Опишите технические аспекты функционирования сайтов.

Вопрос 3. Опишите приемы и методы управления медиа-менеджментом.

Вопрос 4. Опишите виды контент-менеджмента.

Вопрос 5. Опишите основные цели и задачи РИМ (редакционно-

издательского маркетинга).

Тематика для докладов:

1. Рыночная экономика и журналистика.
2. Формы экономической деятельности современных сетевых СМИ.
3. Специфика производственного процесса в журналистике.
4. Массовая информация как товар на информационном рынке.
5. Информационный рынок, аспекты информационного рынка, структура.
6. Журналистика и материальное производство.
7. Медиапроект: успешность, эффективность, конкурентоспособность.
8. Рекламная индустрия: специфика и формы внедрения.
9. Модели общественного вещания.
10. Экономический кризис и СМИ.
11. Сравнительная характеристика экономических моделей СМИ.
12. Журналистская информация как товар.
13. СМИ как медиасистема, ее основные компоненты и факторы развития.
14. Принципы экономического функционирования СМИ в условиях рыночных отношений.
15. Специфика массовой информации как товара.
16. Экономические особенности формирования и развития различных сегментов рынка СМИ (на конкретных примерах).
17. Правовые основы рекламной деятельности.

Тема 2. Правовые основы медиа-менеджмента.

Вопросы для опроса:

- Вопрос 1.* Опишите факторы изучения аспектов рынка СМИ.
- Вопрос 2.* Опишите приемы и методы управления медиа-менеджментом.
- Вопрос 3.* Учредитель, издатель, владелец, распространитель и редакция: система взаимоотношений - укажите сущность и функции.
- Вопрос 4.* Редакционный менеджмент: задачи, направления, методы.
- Вопрос 5.* Опишите организационно-правовые формы деятельности СМИ.

Тематика для докладов:

1. Правовые предпосылки организации деятельности СМИ на информационном рынке.
2. Экономические предпосылки организации деятельности СМИ на информационном рынке.
3. Собственность и владение информационным предприятием.
4. Организационно-правовые формы организации газетно-журнального бизнеса.

5. Организационно-правовые формы организации радиийного бизнеса.
6. Организационно-правовые формы организации телевизионного бизнеса.
7. Организационно-правовые формы организации сетевого / электронного бизнеса.
8. Этические основы СМИ.
9. Психологические аспекты управления редакционным коллективом.
10. Конфликты в системе управления персоналом в СМИ.
11. Информационный маркетинг.
12. Капитал в сфере СМИ: издательские дома, холдинги, концерны.
13. Ценовая политика СМИ. Факторы ценовой политики редакции.
14. Редакционное планирование и его особенности.
15. Стратегия и тактика рекламных продаж в СМИ.
16. Правовые основы рекламной деятельности.

Тема 3. Экономические основы печатных / электронных / интернет-СМИ.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Опишите рыночную стратегию радиовещания.

Вопрос 2. Опишите сегменты рынка периодических изданий.

Вопрос 3. Опишите источники доходов в телевизионной индустрии.

Вопрос 4. Опишите разновидности читательской аудитории.

Вопрос 5. Опишите экономические методы управления.

Тематика для докладов:

1. Типы редакционных структур: пирамидальная, плоская.
2. Внутри редакционные холдинги.
3. Актив СМИ и организация работа с ним.
4. Правовые и экономические основы электронных СМИ.
5. Экономические особенности радиоиндустрии.
6. Телеиндустрия современной России.
7. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
8. Редакционно-издательский маркетинг.
9. Виды рыночной ниши.
10. Медиапланирование.
11. Современные тенденции развития журнального рынка России.
12. Рыночные структуры на газетном рынке.
13. Основы планирования редакционно-издательского маркетинга.
14. Телевидение в системе СМИ: функции, основные виды, типология и тенденции развития.

15. Телевизионный контент и его создание (продюсерские компании и разработчики форматов).
16. Радиовещание в системе СМИ: функции, основные виды, типология и тенденции развития.
17. Информационные агентства и службы в системе СМИ.
18. Принципы экономического функционирования СМИ в условиях рыночных отношений.
19. Специфика массовой информации как товара.

Тема 4. Принципы работы конвергентной редакции.

Вопросы для опроса:

- Вопрос 1.* Опишите сетевые СМИ: функции, структура и тенденции развития.
- Вопрос 2.* Внешняя и внутренняя среда медиабизнеса в Интернете.
- Вопрос 3.* Опишите капитал в сфере СМИ: издательские дома, холдинги, концерны.
- Вопрос 4.* Опишите сетевой программинг в Интернете.
- Вопрос 5.* Опишите стратегическое и оперативное управление в интернет-СМИ.

Тематика для докладов:

1. Конвергенция как фактор развития медиасистемы.
2. Финансовая политика сетевого медиабизнеса.
3. Сетевой программинг в Интернете.
4. «Новые медиа» и мультимедийная журналистика.
5. Управленческие решения в сетевом медиабизнесе.
6. Медиаметрики поведения аудитории сетевого СМИ.
7. Производство и распространение контента в Интернете.
8. Современные СМИ как инструмент влияния и контроля в политике и бизнесе.
9. Экономические особенности формирования и развития различных сегментов рынка СМИ (на конкретных примерах).
10. Редакционный менеджмент: задачи, направления, методы.
11. Психологические аспекты управления редакционным коллективом.
12. Информационный маркетинг.
13. Журналистская информация как товар.
14. СМИ как медиасистема, ее основные компоненты и факторы развития.
15. Социально-экономические факторы развития медиаиндустрии: ИКТ; конкуренция имиджей и рекламная информация; свободное время у потребителей информации.

16. Динамика развития периодических изданий в условиях информационного рынка.

Проектное задание:

Задание 1. Бизнес-план и рыночная модель печатного издания.

Изучите факторы, влияющие на финансовую устойчивость периодического издания (по выбору), выделите ошибки в разработке бизнес-плана. На основе исходных данных разработайте предложения по корректировке бизнес-плана.

Задание 2. Маркетинг сетевых СМИ. Анализ рынка. Стратегия.

На основе анализа целевого рынка сетевых СМИ определите проблемы управленческие решения с точки зрения «затраты-результаты», сформируйте проектные предложения по оптимизации данного процесса.

Задание 3. Создать бизнес-план СМИ (по выбору студента)

Разработать резюме проекта и примерную структуру бизнес-плана

5.3. Распределение весовых коэффициентов по контрольным точкам и формулы расчета

В ходе освоения дисциплины Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» предусмотрено **три контрольные точки (КТ)**, соответствующие логически завершённым блокам тем:

- **КТ 1** – темы 1 и 2 (Медиа рынок и основы медиа-менеджмента + Правовые основы медиа-менеджмента);
- **КТ 2** – тема 3 (Экономические основы печатных / электронных / интернет-СМИ);
- **КТ 3** – тема 4 (Принципы работы конвергентной редакции) с выполнением практического контрольного задания (ПКЗ).

Каждая контрольная точка оценивается максимум в **100 баллов**. Итоговый балл за КТ рассчитывается как произведение набранных студентом баллов на соответствующий весовой коэффициент (см. таблицу). Суммарный максимальный балл за все КТ составляет **60 баллов**, что соответствует доле текущего контроля успеваемости в итоговой оценке по дисциплине (60% от 100 баллов). Оставшиеся 40 баллов выставляются по результатам промежуточной аттестации (зачёта).

Таблица распределения весовых коэффициентов по контрольным точкам

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки (балл в БРС)
КТ 1 (темы 1–2)	100	0,2	до 20
КТ 2 (тема 3)	100	0,2	до 20
КТ 3 (тема 4)	100	0,2	до 20
Итого по текущему контролю	—	0,6	до 60

Формула расчета результата контрольной точки

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ × Коэффициент веса контрольной точки.

Пример расчёта:

Студент получил за КТ 1 – 80 баллов, за КТ 2 – 90 баллов, за КТ 3 – 75 баллов.

Тогда баллы в БРС:

КТ 1 = $80 \times 0,2 = 16$ баллов;

КТ 2 = $90 \times 0,2 = 18$ баллов;

КТ 3 = $75 \times 0,2 = 15$ баллов.

Итого за текущий контроль = $16 + 18 + 15 = 49$ баллов из 60 возможных.

Формы текущего контроля успеваемости в рамках каждой КТ

- **КТ 1** – устный опрос по вопросам тем 1 и 2 и/или защита доклада (по выбору преподавателя).
- **КТ 2** – устный опрос по вопросам темы 3 и/или защита доклада.
- **КТ 3** – проектное задание или устный опрос по вопросам темы 4 и/или защита доклада.

Преподаватель вправе комбинировать формы контроля в пределах одной КТ, распределяя 100 баллов между видами работ (например, 50 баллов – опрос,

50 баллов – доклад). Критерии оценивания каждой формы приведены ниже (устный опрос, доклад, проектное задание).

1. Критерии оценивания устного опроса по вопросам темы

<i>Критерии оценки</i>	<i>Диапазон баллов</i>	<i>Описание критерия</i>
<i>Знание материала</i>	<i>0–20</i>	<i>Обучающийся полно и точно излагает материал, даёт правильные определения основных понятий, свободно ориентируется в теме</i>
<i>Полнота и глубина ответа</i>	<i>0–20</i>	<i>Раскрыты все существенные аспекты вопроса, ответ содержит не только базовые, но и дополнительные (углублённые) сведения</i>
<i>Аргументированность и обоснованность</i>	<i>0–20</i>	<i>Ответ подкреплён фактами, примерами, логическими доводами; обучающийся может обосновать свою точку зрения</i>
<i>Логика и последовательность изложения</i>	<i>0–20</i>	<i>Ответ выстроен логично: тезис – аргументы – вывод; части ответа связаны между собой, нет противоречий</i>
<i>Речевая культура и умение отвечать на вопросы</i>	<i>0–20</i>	<i>Грамотная монологическая речь, отсутствие речевых ошибок; чёткие и корректные ответы на дополнительные вопросы преподавателя</i>

Итого максимально: 100 баллов

2. Критерии оценивания защиты доклада

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	0–20	<i>Доклад полностью соответствует заявленной теме, раскрывает её всесторонне, содержит конкретные примеры и факты</i>
<i>Структура и логика изложения</i>	0–20	<i>Доклад имеет чёткое построение (введение, основная часть, заключение), логические переходы между смысловыми блоками, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Владение материалом и свободное изложение</i>	0–20	<i>Обучающийся не читает с листа, а свободно пересказывает; демонстрирует понимание, а не механическое заучивание</i>
<i>Ответы на вопросы аудитории и преподавателя</i>	0–20	<i>Убедительные, развёрнутые и корректные ответы на вопросы, умение отстаивать свою позицию или признавать обоснованную критику</i>
<i>Качество презентационного сопровождения (при наличии)</i>	0–20	<i>Презентация (или раздаточный материал) оформлена аккуратно, содержит иллюстрации, ключевые тезисы; дизайн не отвлекает от содержания. При отсутствии презентации критерий оценивается как «0», либо преподаватель заменяет его на критерий «Оригинальность подхода»</i>

Итого максимально: 100 баллов

3. Критерии оценивания проектного задания

<i>Критерии оценки</i>	<i>Диапазон баллов</i>	<i>Описание критерия</i>
<i>Актуальность и обоснованность темы</i>	<i>0–20</i>	<i>Тема проекта соответствует современным проблемам медиаэкономики; обоснована актуальность, практическая значимость и целесообразность разработки</i>
<i>Структура и полнота проектного решения</i>	<i>0–20</i>	<i>Проект имеет чёткую логическую структуру (цели, задачи, этапы, ожидаемые результаты); раскрыты все обязательные разделы (анализ рынка, бизнес-модель, финансовый план и др.)</i>
<i>Аналитическая обоснованность и достоверность</i>	<i>0–20</i>	<i>Использованы актуальные данные, корректные методы анализа (SWOT, PEST, метрики аудитории и др.); расчеты и выводы обоснованы, ссылки на источники достоверны</i>
<i>Реалистичность и применимость</i>	<i>0–20</i>	<i>Предложенные управленческие решения реалистичны для медиаотрасли; учтены ресурсные ограничения, риски, возможные барьеры; проект потенциально внедряем</i>
<i>Оформление и защита проекта</i>	<i>0–20</i>	<i>Презентация (отчёт) оформлена аккуратно, визуально наглядно; при защите студент свободно владеет материалом, аргументированно отвечает на вопросы, соблюдает регламент</i>

Итого максимально: 100 баллов

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета

Перечень вопросов к зачету:

1. Факторы развития медиасистемы в России (политические традиции, культура, менталитет, национальные особенности и др.)
2. Управление СМИ в условиях технического прогресса.
3. Правовые предпосылки информационного бизнеса.
4. Информационный рынок: закономерности формирования.
5. Особенности структуры рынка СМИ в России.
6. Медиаиндустрия в экономике России.
7. Издательско-производственные объединения (СПО).
8. Частные и акционерные предприятия СМИ.
9. Основные этапы развития газетной индустрии.
10. Современные тенденции развития газетного рынка.
11. Экономические особенности журнальной индустрии.
12. Социально-экономические предпосылки становления СМИ.
13. СМИ как медиасистема, функции и структура.
14. Информационный рынок, структура, условия формирования
15. Финансовый капитал на информационном рынке.
16. Особенности функционирования печатных СМИ
17. Экономические особенности телевидения как индустрии
18. Эволюция рыночной стратегии радиовещания
19. Общественное телерадиовещание: организация, финансирование
20. Конкурентные преимущества онлайн-СМИ
21. Макро и микро-уровни управления средствами массовой информации.
22. Экономические принципы редакционной деятельности
23. Основы редакционного менеджмента
24. Сущность, цели, задачи редакционно-издательского маркетинга
25. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени.
26. Конкуренция СМИ на рынке содержания.
27. Конкуренция СМИ на рынке рекламы.
28. Конкуренция новых электронных медиа и традиционных СМИ
29. Рекламная политика издания
30. Управление персоналом СМИ.
31. Имидж и бренд СМИ.
32. Фирменный знак и дизайн периодического издания.
33. Структура информационного законодательства.
34. Структура правового статуса СМИ
35. Этические регуляторы деятельности СМИ.
36. Саморегулирование СМИ в России.
37. Редакционные технологии работы с аудиторией.
38. Новые медиа и медиаактивность аудитории.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1 (ОПК-4.2.)

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Выберите один правильный ответ из нескольких вариантов предложенных	Контент-менеджер – это ... 1. Специализация в определённой отрасли, требующей глубоких знаний и экспертизы. 2. Специализация сосредоточенная на создании контента для бизнес-клиентов. 3. Специалист, который работает над созданием инструкций, руководств и других технических документов. 4. Специалист, который занимается созданием инфографики, иллюстраций и другого графического контента.
Задание закрытого типа на установление соответствия	Соотнесите понятие и его содержание	Установите правильное соответствие: 1. Видеоконтент-менеджер 2. SMM-контент-менеджер 3. SEO-контент-менеджер 4. Контент-стратег a) занимается планированием и разработкой стратегии контента на длительный период. b) фокус на создании оптимизированного под поисковые системы контента. c) специализируется на создании контента для социальных сетей. d) специалист по созданию, редактированию и продвижению видеоматериалов.
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Выберите нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Технические аспекты функционирования сайтов: 1. Мониторинг и управление 2. Протоколы передачи данных 3. Персонализация контента 4. Повышение качества контента 5. Автоматизация рутинных задач. 6. Техническая поддержка.

Задание закрытого типа на установление последовательности	Установите последовательность	Установите приоритетность работы с форматами контента-менеджера B2C: 1) email-рассылки с персональными предложениями 2) конкурсы и акции с вовлечением 3) истории пользователей и отзывы 4) советы, лайфхаки, подборки 5) рецепты, tutorиалы, челленджи 6) развлекательные посты в соцсетях 7) видеообзоры товаров и распаковки
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Выберите один правильный ответ из предложенных и дайте обоснование выбора	Текстовый контент-менеджер занимается: 1. Сосредоточен на создании и редактировании статей, блогов, пресс-релизов и других текстовых материалов. 2. Создает, редактирует и продвигает видеоматериалы. 3. Работает над созданием инструкций, руководств и других технических документов. B2C контент-менеджер занимается: 1. Специализацией в определённой отрасли, требующей глубоких знаний и экспертизы. 2. Созданием контента, ориентированного на конечного потребителя. 3. Созданием оптимизированного фокуса под поисковые системы контента.
Задание открытого типа с развернутым ответом	Дайте развернутый ответ на утверждение.	Опишите методы управления медиа-проектами. Основные задачи редакционно-издательского маркетинга (РИМ). Опишите приёмы управления медиа-менеджментом. Объясните каковы перспективы профессии контент-менеджер.

Тема 2 (ОПК-5.1.)

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Задание закрытого типа с выбором	Выберите один правильный ответ из нескольких вариантов предложенных	Методы редакционного менеджмента: 1. Процессный подход.

одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных		2. Мониторинг и анализ. 3. Корректировка стратегии. 4. Понимание целевой аудитории.
Задание закрытого типа на установление соответствия	Соотнесите понятие и его содержание	Установите правильное соответствие: 1. Метод Scrum 2. Метод Agile 3. Lean-управление а) Основной акцент на уменьшении потерь и улучшении качества. Процессы оптимизируются для достижения максимальной ценности с минимальными затратами. б) Акцентирует внимание на адаптации к изменениям. Подходит для динамичных проектов, где привычные подходы могут проявить себя неэффективными. в) обеспечивает регулярные проверки и адаптации, позволяя команде часто реагировать на изменения.
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Выберите нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Определите приёмы управления медиа-менеджментом: 1. Понимание целевой аудитории 2. Создание контент-плана 3. Создание и публикация контента 4. Lean-управление 5. Водопадная методология
Задание закрытого типа на установление последовательности	Установите последовательность	Установите последовательность работы редакционного менеджмента: 1. Оптимизация управления коллективом и организации его работы 2. Оптимизация результатов работы: самого издания, его структуры, модели, системы публикаций и других 3. Оптимизация размеров, состава и структуры коллектива редакции или компании
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного	Выберите один правильный ответ из предложенных и дайте обоснование выбора	К коммерческой форме деятельности СМИ можно отнести: 1. Автономная некоммерческая организация (АНО)

ответа из предложенных и обоснованием выбора		2. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) 3. Акционерное общество (АО) 4. Муниципальное унитарное предприятие
		К общественной форме деятельности СМИ можно отнести: Автономная некоммерческая организация (АНО) 1. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) 2. Акционерное общество (АО) 3. Муниципальное унитарное предприятие
Задание открытого типа с развернутым ответом	Дайте развернутый ответ на утверждение.	Перечислите факторы, которые необходимо учитывать при изучении аспектов рынка СМИ.
		Правовые особенности взаимоотношений между учредителем, издателем, редакцией и владельцем имущества
		Опишите методы редакционного менеджмента.
		Обоснуйте, в чем заключается общественная организационно-правовая деятельности СМИ.

Тема 3 (ОПК-5.2.)

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Выберите один правильный ответ из нескольких вариантов предложенных	Спонсорство – это 1. Платные услуги 2. Добровольное пожертвование 3. Бесплатный доступ 4. Субсидии 5. Социальные выплаты
Задание закрытого типа на установление соответствия	Соотнесите понятие и его содержание	Установите правильное соответствие: 1. Вертикальная ниша 2. Горизонтальная ниша а) производство продукции, которой могут пользоваться различные группы потребителей б) диверсификация производства, организация производства широкого ассортимента товара или оказание разнообразного набора услуг

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Выберите нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Источники доходов: 1. Абонентская плата 2. Подписка 3. Штраф 4. Фонд 5. Гос. пошлина 6. Субсидия
Задание закрытого типа на установление последовательности	Установите последовательность	Установите последовательность сегментирования печатной продукции: 1. Деловая и коммерческая пресса 2. Сатирические издания. 3. Вечерняя, утренняя пресса 4. Рекламные журналы и программы. 5. Спортивная печать.
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Выберите один правильный ответ из предложенных и дайте обоснование выбора	Экономический метод управления – это...: 1. Способы влияния на людей, которые основаны на экономических законах (стоимости, спроса и предложения и т. д.). 2. Создание эффективного механизма работы через влияние на материальный интерес сотрудников и контрагентов. 3. Ценообразование 4. Коммерческий расчет
		Инструменты реализации экономических методов управления: 1. Налоги 2. Квоты 3. Пошлины 4. Гранты 5. Субсидии 6. Спонсорство
Задание открытого типа с развернутым ответом	Дайте развернутый ответ на утверждение.	Опишите элементы рыночной стратегии радиовещания.
		Опишите источники доходов в телевизионной индустрии.
		Перечислите разновидности читательской аудитории.
		Опишите экономические методы управления.

Тема 4 (ОПК-4.1.)

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Задание закрытого типа с выбором одного	Выберите один правильный ответ из нескольких вариантов предложенных	Общественный капитал – это ... 1. Совокупность нематериальных, но критически важных ресурсов,

правильного ответа из нескольких вариантов предложенных		которые складываются в обществе благодаря взаимодействию государства, бизнеса и граждан. 2. Совокупность активов коммерческой организации, которые она использует для получения прибыли. К капиталу относятся активы, которые помогают производить товары и услуги, развиваться и зарабатывать деньги. 3. Средства государственного бюджета, направленные на развитие экономики, участие государства в воспроизводственном процессе
Задание закрытого типа на установление соответствия	Соотнесите понятие и его содержание	Установите правильное соответствие: 4. Внутреннее продвижение 5. Внешнее продвижение a) осуществляется за счёт использования рекламных площадок других СМИ или сторонних сервисов b) подразумевает использование собственного эфирного времени и площадок для размещения рекламы внутри медиакомпаний
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Выберите нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Структура сетевых СМИ включает в себя: 1. Информационное агентство 2. Интернет-портал 3. Интернет-канал 4. Соцсети 5. Новостную ленту
Задание закрытого типа на установление последовательности	Установите последовательность	Установите правильную последовательность этапов стратегического менеджмента: 1. Оценка и контроль 2. Анализ 3. Реализация стратегии 4. Формирование стратегии
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Выберите один правильный ответ из предложенных и дайте обоснование выбора	Виды внешнего продвижения в интернете: 1. Реклама в социальных сетях 2. Контекстная реклама в интернете 3. Эфирное время 4. Наружная реклама 5. Реклама через связи с общественностью

		К коммерческому капиталу можно отнести: 1. Деньги 2. Ценные бумаги 3. Социальные сообщества 4. Заёмные средства 5. Сырье 6. Товарные знаки 7. Контакты
Задание открытого типа с развернутым ответом	Дайте развернутый ответ на утверждение.	Опишите тенденции развития сетевых СМИ.
		Опишите виды капитала в СМИ.
		Объясните специфику оперативного менеджмента.
		Опишите особенности сетевого программирования.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной</i>	0-19

области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	
---	--

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Доклад – вид самостоятельной научно – исследовательской работы, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Требования к оформлению письменного доклада:

Доклад состоит из нескольких основных частей: титульный лист, оглавление (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт), введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы), основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос), заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада), список литературы.

Список литературы составляется в алфавитном порядке в конце реферата по определенным правилам:

- Описание книг (Автор(ы). Заглавие. – Место издания: Издательство, год издания. – Страницы);
- Описание сборников (Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. – Страницы);
- Описание статей (Автор(ы). Заглавие // Название журнала (газеты). – Год. – Номер. – Страницы статьи);
- Ссылки на интернет источники

Технические требования при написании доклада: Формат – rtf, doc, (odt). Текст доклада должен быть подготовлен с использованием шрифта Times New Roman. Объем доклада не должен превышать 5 страниц А4 (210 мм х 297 мм, левое поле 21 мм, верхнее поле 20 мм, правое поле 21 мм, нижнее поле 20 мм), включая рисунки, таблицы, ссылки. Название доклада – размер шрифта 16 пт, полужирный, заглавные буквы, выравнивание по центру, одинарный интервал. Текст доклада набирается шрифтом, размером 14 пт, с полуторным интервалом. Список литературы (12 пт) нумеруется, и номера ссылок приводятся в тексте в квадратных скобках.

Общие требования к оформлению презентации: Формат – ppt (pptx). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это

титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Практическое контрольное задание. Студенты распределяются на творческие группы от 4 до 6 человек и самостоятельно над практическим контрольным заданием (см. раздел 5.2). По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях. Регламент для защиты ПКЗ – 15 минут. Все участники проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении MTS-link Приложение рекомендуется установить локально. Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачет.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. - Москва : Директ-Медиа, 2021. - 185 с. - ISBN 978-5-4499-1563-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1962474>
2. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г.А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 143 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019132-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082729>

8.2. Дополнительная литература

1. Баранова Е.А. Медиаменеджмент. Теория и практика: учебник для вузов [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт / Е. А. Баранова. — М.: Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-teoriya-i-praktika-568752?ysclid=midgdfa974770289052>
2. Соломин, В. Е. Медиаэкономика и медиаменеджмент : учебное пособие / В. Е. Соломин. — Кемерово : КемГУ, 2022. — 81 с. — ISBN 978-5-8353-2992-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/392180>
3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система / Н. Б. Кириллова. — Москва : Академический Проект, 2020. — 411 с. — ISBN 978-5-8291-2908-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132266>
4. Медиакоммуникации: учебный словарь для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», профиль «Медиакоммуникации в коммерческой и социальной сферах» (бакалавр), 42.04.05 «Медиакоммуникации», профиль «Медиаменеджмент» (магистр) : словарь / Е. И. Боброва, О. В. Дворовенко, А. Ш. Меркулова [и др.]. — Кемерово : КемГИК, 2025. — 116 с. — ISBN 978-5-8154-0723-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/518037>

5. Медиаменеджмент : учебно-методическое пособие / Т. Ю. Депцова, С. А. Нечитайло, А. А. Гнутова [и др.]. — Самара : Самарский университет, 2022. — 78 с. — ISBN 978-5-7883-1783-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/336479>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

8.4. Интернет-ресурсы:

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

№ п/ п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в

	форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
--	--