

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.10.2023 12:06:57  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf376139d988ec1c5bb2f5eb80e29abfed7f4798f447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**  
Декан факультета журналистики  
\_\_\_\_\_ /Ю.В. Шуйская/  
«19» мая 2022 г

**Рабочая программа дисциплины**

**Журналистика в условиях медиатрансформации**

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

**Направление подготовки 42.04.02 Журналистика**

**(уровень магистратуры)**

**Направленность/профиль: «Журналистика, реклама и современные коммуникативные технологии»**

**Формы обучения очная / заочная**

**Москва**

**Рабочая программа** дисциплины «Журналистика в условиях медиатрансформации». Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры). Направленность/профиль «Журналистика, реклама и современные коммуникативные технологии» / сост. д.ф.н. Ларина Н.А. М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 31 с.

Рабочая программа составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 529 и Профессиональных стандартов «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. № 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный № 38993), «Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 332н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 10 июля 2014 г., регистрационный № 33049), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230), «Редактор средств массовой информации» от «04» августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «28» августа 2014 г., регистрационный № 33899).

Разработчики:

докт. филол. наук, проф. Н.А. Ларина

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы \_\_19 мая\_\_ 2022, протокол № \_\_6\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_/д.ф.н., проф. Ю.В. Шуйская/  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_/О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** преподавания курса «Журналистика в условиях медиатрансформации» – сформировать у обучающихся представление о современном состоянии и тенденциях развития мировой медиаиндустрии, дать возможность применять в дальнейшей профессиональной деятельности опыт зарубежных СМИ.

**Задачи** изучения дисциплины:

- познакомить с основополагающими теоретическими трудами зарубежных исследователей, ведущими газетами, журналами, мировыми информационными агентствами, теле- и радиовещательными компаниями;
- изучить современное состояние мировой системы средств массовой коммуникации, ее инфраструктуры, а также основных организационных форм медиаиндустрии;
- изучить новые модели СМИ, реализуемые в разных странах;
- сформировать навыки понимания качественных особенностей различных структурных медийных образований в различных странах

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Журналистика в условиях медиатрансформации» направлен на формирование следующих компетенций, которые позволят усваивать теоретический материал учебной дисциплины и реализовывать практические задачи (таблица 2.1) и достигать планируемые результаты обучения по дисциплине.

Таблица 2.1.

### Компетентностная карта дисциплины

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
<b>Универсальные компетенции</b>			
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. Здоровьесбережение)	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<b>ИУК-6.1.</b> Умеет определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки <b>ИУК-6.2.</b> Знает способы определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки <b>ИУК-6.3.</b> Владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

## РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа по дисциплине «Журналистика в условиях медиатрансформации» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВО) и с учетом потребностей рынка труда.

Дисциплина «Журналистика в условиях медиатрансформации» входит в состав формируемой участниками образовательных отношений части Блока 1 основной образовательной программы подготовки магистра по направлению 42.04.02 Журналистика. Преподается на первом году обучения.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для изучения дисциплины, соответствуют стандартам, заложенным в процесс параллельно изучаемых дисциплин, например, «Философские основы науки и журналистики».

Указанные связи и содержание дисциплины «Журналистика в условиях медиатрансформации» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает соответственный теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения будущей деятельности магистра журналистики.

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ  
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

*Таблица 4.1*

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы очной формы обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
3	108	4	-	22	-	80	2 Зачет
3	108	4	-	22	-	80	2 Зачет

*Таблица 4.2*

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы заочной формы обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
3	108	8	-	12	-	84	4 Зачет
3	108	8	-	12	-	84	4 Зачет

## СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля (очная форма)

*Таблица 4.3*

Те- мы\разделы(моду ли)	Контактная работа			Часы СР на подго- товку кур.р.	Иная СР	Кон- троль	Всего часов	
	Занятия лекцион- ного типа	Занятия се- минарского типа						Кон- такт- ная ра- бота по кур.р.
		Лаб. р	Прак. /сем.					
Тема 1. Понятие современной медиасистемы	2		2		8		12	
Тема 2. Глобальная медиасистема	2		2		8		12	
Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе			2		8		10	
Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиаиндустрии			2		8		10	
Тема 5. Медиасистема Италии			2		8		10	
Тема 6. Медиасистема Франции			2		8		10	
Тема 7. Медиасистема ФРГ			2		8		10	
Тема 8. Медиасистема Великобритании			2		8		10	
Тема 9. Медиасистема США			2		10		12	
Тема 10. Медиасистема России			2		10		12	
Зачет						2	2	
Всего часов	4		22		80	2	108	

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и  
распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных  
занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля  
(очная форма)**

*Таблица 4.3*

Те- мы\разделы(моду- ли)	Контактная работа			Часы СР на подго- товку кур.р.	Иная СР	Кон- троль	Всего часов	
	Занятия лекцион- ного типа	Занятия се- минарского типа						Кон- такт- ная ра- бота по кур.р.
		Лаб. р	Прак. /сем.					
Тема 1. Понятие современной медиасистемы	4		1		8		13	
Тема 2. Глобальная медиасистема	4		1		8		13	
Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе			1		8		9	
Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиаиндустрии			2		8		10	
Тема 5. Медиасистема Италии			1		8		9	
Тема 6. Медиасистема Франции			1		8		9	
Тема 7. Медиасистема ФРГ			1		10		11	
Тема 8. Медиасистема Великобритании			1		10		11	
Тема 9. Медиасистема США			1		10		11	
Тема 10. Медиасистема России			2		10		12	
Зачет						4	4	
Всего часов	8		12		84	4	108	

## Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела\тема дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Тема 1. Понятие современной медиасистемы	Системный подход к изучению СМИ. Структура медиасистемы. Элементы медиасистемы
Тема 2. Глобальная медиасистема	Телевидение, радио, пресса, Интернет, телеком-сектор – основные элементы глобальной медиасистемы
Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе	Ключевые понятия медиаэкономики. СМИ – двоянный рынок товаров и услуг. Конкуренция СМИ на рынках содержания, свободного времени, рекламы. «Парадокс разнообразия» в СМИ. Медиапланирование. Современная газетная индустрия: этапы и тенденции развития. Особенности телевизионной индустрии. Источники доходов в телеиндустрии.
Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиаиндустрии	Модели организации и финансирования ТВ. Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке. Infoteinment, warteinment, businessteinment. Принципы общественного вещания. Особенности радиоиндустрии. Модели организации и финансирования радиовещания. Форматы современных коммерческих радиостанций.
Тема 5. Медиасистема Италии	Методы психологии, социологии, культурологи, экономики, юриспруденции
Тема 6. Медиасистема Франции	Задачи и методы теоретических исследований. Системный подход при исследовании объектов и процессов. Анализ и синтез – основные методы изучения и создания объектов и процессов. Порядок теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений, формулирование гипотезы.
Тема 7. Медиасистема ФРГ	Эмпирические методы: наблюдение, сравнение, счет, измерения, экспериментальные исследования. Методика проведения эксперимента и разработка плана его реализации. Обработка и анализ экспериментальных данных.
Тема 8. Медиасистема Великобритании	Понятие модели. Моделирование – основа научных исследований. Физические и имитационные модели
Тема 9. Медиасистема США	Организация работы с информацией, литературой, источниками и базами данных, правовыми документами, людьми
Тема 10. Медиасистема России	Основные общенациональные газеты и журналы, региональная пресса, общенациональные каналы, региональные каналы, телеком-сектор

## ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

*Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: ознакомиться с предложенной литературой, заняться поиском актуальных примеров для более эффективных дискуссий.

Семинарские занятия требуют научно - теоретического обобщения источников и помогают обучающимся глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над источниками. В ходе семинара каждый обучающийся опирается на свои конспекты, сделанные на лекции, собственные выписки из учебников, первоисточников, статей, другой исторической литературы. Необходимо, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста). Важно, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

### **Тема 1. Понятие современной медиасистемы**

Системный подход к изучению СМИ. Структура медиасистемы. Элементы медиасистемы

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

### **Тема 2. Глобальная медиасистема**

Телевидение, радио, пресса, Интернет, телеком-сектор – основные элементы глобальной медиасистемы

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

### **Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе**

Ключевые понятия медиаэкономики. СМИ – двоянный рынок товаров и услуг.

Конкуренция СМИ на рынках содержания, свободного времени, рекламы.

«Парадокс разнообразия» в СМИ.

Медиапланирование.

Современная газетная индустрия: этапы и тенденции развития.

Особенности телевизионной индустрии.

Источники доходов в телеиндустрии.

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>



#### **Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиainдустрии**

Модели организации и финансирования ТВ.

Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке.

Infoteinment, warteinment, businessteinment.

Принципы общественного вещания.

Особенности радиоиндустрии.

Модели организации и финансирования радиовещания.

Форматы современных коммерческих радиостанций.

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

##### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 5. Медиасистема Италии**

Методы психологии, социологии, культурологи, экономики, юриспруденции

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

##### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 6. Медиасистема Франции**

Задачи и методы теоретических исследований.

Системный подход при исследовании объектов и процессов.

Анализ и синтез – основные методы изучения и создания объектов и процессов.

Порядок теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений, формулирование гипотезы.

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

##### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 7. Медиасистема ФРГ**

Эмпирические методы: наблюдение, сравнение, счет, измерения, экспериментальные исследования.

Методика проведения эксперимента и разработка плана его реализации.

Обработка и анализ экспериментальных данных.

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016.

— 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 8. Медиасистема Великобритании**

Понятие модели.

Моделирование – основа научных исследований.

Физические и имитационные модели

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 9. Медиасистема США**

Организация работы с информацией, литературой, источниками и базами данных, правовыми документами, людьми

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 10. Медиасистема России**

Основные общефедеральные газеты и журналы, региональная пресса, общефедеральные каналы, региональные каналы, телеком-сектор

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

### **ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**

#### ***Семинарские занятия***

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: ознакомиться с предложенной литературой, заняться поиском актуальных примеров для более эффективных дискуссий.

Семинарские занятия требуют научно - теоретического обобщения источников и помогают обучающимся глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над источниками. В ходе семинара каждый обучающийся опирается на свои конспекты, сделанные на лекции, собственные выписки из учебников, первоисточников, статей, другой исторической литературы. Необходимо, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста). Важно, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

### **Тема 1. Понятие современной медиасистемы**

Системный подход к изучению СМИ. Структура медиасистемы. Элементы медиасистемы

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

### **Тема 2. Глобальная медиасистема**

Телевидение, радио, пресса, Интернет, телеком-сектор – основные элементы глобальной медиасистемы

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

### **Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе**

Ключевые понятия медиаэкономики. СМИ – двоянный рынок товаров и услуг.

Конкуренция СМИ на рынках содержания, свободного времени, рекламы.

«Парадокс разнообразия» в СМИ.

Медиапланирование.

Современная газетная индустрия: этапы и тенденции развития.

Особенности телевизионной индустрии.

Источники доходов в телеиндустрии.

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиainдустрии**

Модели организации и финансирования ТВ.

Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке.

Infoteinment, warteinment, businessteinment.

Принципы общественного вещания.

Особенности радиоиндустрии.

Модели организации и финансирования радиовещания.

Форматы современных коммерческих радиостанций.

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

##### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 5. Медиасистема Италии**

Методы психологии, социологии, культурологи, экономики, юриспруденции

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

##### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 6. Медиасистема Франции**

Задачи и методы теоретических исследований.

Системный подход при исследовании объектов и процессов.

Анализ и синтез – основные методы изучения и создания объектов и процессов.

Порядок теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений, формулирование гипотезы.

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

##### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 7. Медиасистема ФРГ**

Эмпирические методы: наблюдение, сравнение, счет, измерения, экспериментальные исследования.

Методика проведения эксперимента и разработка плана его реализации.

Обработка и анализ экспериментальных данных.

##### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016.

— 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 8. Медиасистема Великобритании**

Понятие модели.

Моделирование – основа научных исследований.

Физические и имитационные модели

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 9. Медиасистема США**

Организация работы с информацией, литературой, источниками и базами данных, правовыми документами, людьми

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

#### **Тема 10. Медиасистема России**

Основные общенациональные газеты и журналы, региональная пресса, общенациональные каналы, региональные каналы, телеком-сектор

#### ***Основная литература***

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

#### ***Дополнительная литература***

Доброзракова Г.А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Доброзракова. — Электрон.текстовые данные. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. – ЭБС «IPRsmart». — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

### **РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В целях реализации компетентного подхода в учебном процессе дисциплины «Медиа-экономика» предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение вопросов, выносимых на семинарские занятия, происходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных проблем в ходе их знакомства со специальностью.

Таблица 5.1

**Интерактивные образовательные технологии,  
используемые на аудиторных практических занятиях  
(очная форма обучения)**

<b>Наименование тем</b>	<b>Используемые образовательные технологии</b>	<b>Часы</b>
Тема 1. Понятие современной медиасистемы	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 2. Глобальная медиасистема	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиаиндустрии	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 5. Медиасистема Италии	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление	2

	Мини-тренинг	
Тема 6. Медиасистема Франции	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 7. Медиасистема ФРГ	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 8. Медиасистема Великобритании	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 9. Медиасистема США	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 10. Медиасистема России	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2

Таблица 5.1

**Интерактивные образовательные технологии,  
используемые на аудиторных практических занятиях  
(заочная форма обучения)**

<b>Наименование тем</b>	<b>Используемые образовательные технологии</b>	<b>Часы</b>
Тема 1. Понятие современной медиасистемы	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут	1

	Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	
Тема 2. Глобальная медиасистема	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1
Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1
Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиаиндустрии	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2
Тема 5. Медиасистема Италии	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1
Тема 6. Медиасистема Франции	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1
Тема 7. Медиасистема ФРГ	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1



Тема 8. Медиасистема Великобритании	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1
Тема 9. Медиасистема США	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	1
Тема 10. Медиасистема России	Имитационное упражнение Креативное конструирование Диспут Круглый стол Проблемный семинар Ораторский час Публичное выступление Мини-тренинг	2

## ПРАКТИКУМ

Попробуйте как-нибудь записать на диктофон свой собственный разговор с кем-либо, а затем полученную запись перенести на бумагу. Вы обнаружите, что при всем вашем образовании и, вероятно, неплохом чувстве слова и даже где-то литературном даре, ваша устная речь на бумагу ложится крайне сложно и становится с трудом воспринимаемой в текстовом (письменном или печатном) виде. Это всего лишь иллюстрирует, что не существует универсального человеческого языка: каждый способ коммуникации обладает своим собственным языком, то есть своей собственной системой, создающей смысл. То есть подходить с лекалом письменного языка к устной речи невозможно, равно как и невозможно воспринимать телевизионный язык по аналогии с газетным. Собственно, мультимедиа в связи с этим тоже обладает своим языком. Специфика мультимедиаязыка заключается в том, что если для всех других способов коммуникации существует свой специфический язык (изображение, речь, письменный язык), то суть мультимедиаязыка как раз состоит в сочетании различных языков. Обозначения людей, предметов, явлений и т.д. в мультимедиа формируются на основе взаимодействия различных элементов различных языков (визуальных, текстовых, графических, аудиовизуальных). Как они взаимодействуют? Во-первых, преимущественно методом дополнения: один языковой элемент, к примеру, фотолента, дополняет другой – к примеру, текст. Во-вторых, методом построения иерархии информации (менее важная информация представлена в другой форме). В третьих, методом навигации (иная форма информации в мультимедиа упрощает навигацию по информационному пространству). Каждый из этих методов в ограниченной мере может использоваться другими носителями. Возьмем, к примеру, книгу. Возможно ли в ней дополнение? Безусловно, возможно, однако оно обычно располагается либо в сноске, либо в примечании к главе, либо в скобках. Каждое из таких использований дополнения имеет ряд ограничений: читателю может быть лень лезть в конец книги читать примечание, в целях экономии времени он склонен пропускать сноски и т.д. Мультимедиаформа позволяет без отрыва от основного документа получить доступ к дополнительной информации. По сути мультимедиа позволяет читателю создавать свой собственный порядок чтения. Возможно ли построение иерархии в обычной книге? Оно, конечно, тоже возможно, но вынуждает авто-

ра наименее значимую информацию размещать после наиболее значимой. Читатель же не всегда читает текст подряд, а иногда склонен не дочитывать его до конца, что приводит к недостаточному восприятию значимости информации. Наконец, дает ли книга возможности для навигации? Безусловно, дает. Однако эта навигация неудобна, так как навязывает читателю определенный сплошной строй текста, в котором для навигации используются специальные указатели – оглавление, деление на главы, предметные указатели. Но такая навигация не экономит время читателя, заставляя перелистывать сотни страниц в поисках нужного элемента. Мультимедиадокумент облегчает поиск и навигацию, а также предоставляет больше возможностей для создания собственного порядка чтения и перемещения по документу. Говорят, когда древние ораторы сочиняли очередную речь, они мысленно рисовали план вымышленного дворца, располагая в каждой комнате по определенному набору аргументов, а затем заучивали наизусть маршрут перемещения по такому виртуальному дворцу и соответствие комнат и аргументов. То есть величайшей и главной задачей оратора была организация информации, ее иерархия. По сути, как доказали многие ученые второй половины XX века, читателю тоже важна организация информации – ему необходимо понимать, как перемещаться по тексту. Традиционные текстовые документы, равно как и фонографические, кинодокументы и т.д., предполагают, что читатель (назовем этого человека для простоты «читателем») воспринимает информацию линейно. То есть человеческая память такого человека больше похожа на магнитофонную ленту, записывающую хронологию абзацев и череду слов. Как показали исследования психолингвистов и физиологов второй половины XX века, человеческая память скорее напоминает систему полочек и стеллажей, а не магнитофонную ленту. То есть человеческое сознание фрагментарно и не способно «записать на подкорку» 480 страниц очередного романа. Вместо этого сознание начинает экономить время и воспринимать не всю информацию, а лишь существенную, располагая ее в ячейках памяти. В связи с этими открытиями переосмыслению были подвергнуты и такие процессы, как чтение и письмо. Ряд экспериментов показал, что человек никогда не читает текст целиком и слово за словом. Читатель в целях экономии времени не дочитывает до конца некоторые абзацы, часто заглядывает вперед (с целью узнать, а что же стало с любимым героем потом) и в основном полностью меняет в своем сознании композицию произведения. Примерно то же самое происходит с другими видами линейной информации (видеофильмами, кино, фонограммами и т.д.). Мультимедиатекст есть нечто иное. Это возможность предоставить читателю свободу выбора различных элементов, сред для ознакомления с информацией, более удобного заглядывания вперед, возможность отвлекаться, расплывать смысл и т.д. В этом смысле мультимедийный язык является интерактивным, так как он позволяет при помощи различных вариантов и различных смысловых схем получать информацию, используя данные самой природой человеку возможности. Интерактивное медиа – это медиа, которое читатель создает как бы самостоятельно на основе бесчисленного предложенного количества вариантов. В этом состоит принципиальное отличие языка мультимедиа от языка других сред – без вмешательства пользователя информация остается неполной (только пользователь может своими действиями вывести на экран и потребить интегральную версию информации). Если аудиовизуальное изображение в кино и телевидении представляет собой «картинку-действие», то мультимедийное изображение заставляет пользователя самостоятельно определять свои перемещения и свою логику получения информации. Таким образом, потребитель мультимедийного текста активен, так как потребление продукта требует от него не только «пассивного усвоения материала», но и разработки логики неких собственных действий, необходимых для получения той или иной информации. В этом смысле пользователь мультимедийной информации должен «учиться учиться» с тем, чтобы иметь возможность пользоваться комплексным интерфейсом, позволяющим ему совершенно разными путями получать информацию. Пользователь должен одновременно понимать, каким образом воспринимать информацию, а также – каким образом осуществлять навигацию в этой информации. Наиболее подходящий пример в данном случае – виртуальные визиты, доступные на многих сайтах, например, музеев: пользователь выбирает маршрут движения и осуществляет управление визитом. Без его действий виртуальный визит просто не состоится.

**РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение монографий, текстов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем. По курсу предусмотрена самостоятельная работа обучающихся в объеме 50 % от учебной нагрузки. Самостоятельная работа предусмотрена для углубленного изучения рассматриваемого на лекциях материала, формирования навыков исследовательской работы и ориентирования обучающихся на умение применять теоретические знания на практике.

*Таблица 6.1*

**Самостоятельная работа**

<b>Наименование тем</b>	<b>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</b>
Тема 1. Понятие современной медиасистемы	1. Написание рефератов по темам: – Массовая культура и ее специфика в формировании коммуникации. – Роль радио/телевидения/прессы в формировании общественного мнения. – История возникновения теории коммуникации. – Исторические подходы к возникновению и развитию массовой коммуникации. 2. Изучение теоретических моделей коммуникации с конспектированием основных положений. 3. Анализ и составление схемы коммуникационного акта при общении двух коммуникаторов; в группе, на собрании и пресс-конференции.
Тема 2. Глобальная медиасистема	1. Поиск и обзор научных публикаций по темам: – Роль коммуникаторов в создании массовой информации. – Производство информационного продукта. – Механизм превращения социальной информации в массовую информацию. – Влияние окружения в механизме осуществления функций СМК. 2. Эссе на тему: «Интерес современного бизнеса к деятельности СМИ». 3. Анализ коммуникационного акта, осуществляемого посредством телевидения, радио (на примере теле-/радиопередачи).
Тема 3. Медиапланирование. Специфика медиаиндустрии на современном этапе	1. Поиск и анализ электронных источников информации по темам: – Художественная коммуникация как особый вид массовой коммуникации. – Традиции и основания нравственной коммуникации. – Расширение коммуникативного пространства и ускорение предкоммуникативного времени. – Масс-медиа в структуре современной общественной жизни.

Наименование тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
	2. Эссе на тему по выбору: <ul style="list-style-type: none"> <li>– СМИ как «четвертая власть».</li> <li>– СМК и виртуальная реальность.</li> </ul> 3. Проработка материала по учебной литературе
Тема 4. Модели организации и финансирования в современной медиаиндустрии	1. Написание рефератов по темам: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Теории информационного дефицита</li> <li>– Потребление массовой информации как игра.</li> <li>– Модель зависимости эффектов массовой коммуникации.</li> <li>– Шарлоттский эксперимент: взаимозависимость гражданской позиции человека и его читательского интереса.</li> </ul> 2. Контент-анализ по отобранным обучающимся материалам.
Тема 5. Медиасистема Италии	1. Проработка научной литературы по темам для подготовки к дискуссии: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Место рекламы в системе социальных коммуникаций.</li> <li>– Интересы общества по мультиплицированию социальной рекламы.</li> <li>– Место политической рекламы в СМК.</li> <li>– Соотношение рационального и эмоционального в политической рекламе.</li> </ul> 2. Дайджест лекции. 3. Обзор научной и периодической литературы по теме: «Социальная ответственность рекламы». 4. Оценка используемых в рекламе психологических приемов, воздействующих на потребителя бессознательно (на примере рекламы в печатных и электронных СМИ).
Тема 6. Медиасистема Франции Тема 7. Медиасистема ФРГ	1. Поиск и анализ периодической литературы по темам: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Перспективы газет и журналов в структуре СМК;</li> <li>– Проблема контекста рекламы;</li> <li>– СМК и реклама: способы регуляции отношений.</li> </ul> 2. Эссе на тему: «Перспективы Интернета как рекламоносителя». 3. Составление главных тезисов по теме: «ProductPlacement как новейшая и перспективная разновидность рекламной коммуникации». 4. Анализ и подготовка электронной презентации по теме: Присутствие и эффективность ProductPlacement в различных средствах СМК (на примере полнометражного кино; сериала; телевизионной передачи, книг, компьютерных игр, радиопередачи, печатных СМИ).
Тема 8. Медиасистема Великобритании Тема 9. Медиасистема США	1. Проведение сегментации аудитории в зависимости от выбранных обучающимся критериев и выбор целевого сегмента для продвижения товара, выбираемого по желанию. 2. Написание реферата по теме: «Новейшие тенденции в изменении структуры аудитории». 3. Оценка рекламной коммуникации с точки зрения используемых мотивов (на примере телевизионной рекламы). 4. Разработка концепции рекламы, основанной на семейных ценностях с использованием различных аспектов семейности.
Тема 10. Медиасистема России	1. Разработка пресс-релиза и медиаакта для СМИ. 2. Анализ статистической и аналитической информации по те-

Наименование тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
	<p>мам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Развитие PR-индустрии в России.</li> <li>– Использование СМИ в деятельности по публичным рилейшнз.</li> <li>– Влияние лидеров мнений на общественность.</li> </ul> <p>3. Мониторинг и последующий анализ печатных СМИ на предмет использования PR-технологий в целях продвижения товаров и услуг.</p>

### 6.1 Тематика эссе<sup>1</sup>

1. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
2. Рынок товаров СМИ.
3. Товар СМИ.
4. Географический рынок СМИ.
5. Аудитория в медиапланировании.
6. Анализ аудитории по категориям.
7. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
8. Рыночные стратегии предприятий СМИ.
9. Издержки в медиаиндустрии.
10. Ценовая политика: особенности формирования.
11. Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции.
12. Основные этапы развития газетной индустрии.
13. Современные тенденции развития печатных рынков России и Европы.
14. Эволюция рыночной стратегии радиовещания.
15. Основные форматы современных коммерческих радиостанций в России.

### 6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

- Экономические преимущества радиовещания.
- Бизнес-модели радиоиндустрии в Европе.
- Основные модели телевизионной индустрии.
- Источники доходов в телевизионной индустрии.
- Производство телепрограмм как сектор телеиндустрии.
- Коммерческое и общественное ТВ на современном российском и европейском медиарынке.
- Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран.
- Финансирование и организация общественного вещания: британский опыт.
- Возможности адаптации европейских моделей телевизионной индустрии в России.
- Конвергенция как фактор преобразования медиасистем.
- Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ.
- Бизнес-модели онлайн-СМИ.
- Источники доходов онлайн-СМИ.
- Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция? Постиндустриальное общество и современная медиаэкономика.
- Информационное неравенство.

<sup>1</sup> Перечень тем не является исчерпывающей. Обучающийся может выбрать иную тему по соглашению с преподавателем.

Модели нишевой медиаэкономики и альтернативных экономик медиа (К.Андерсон).  
 Политика европеизации в условиях медиаконвергенции: национальное и глобальное.  
 Медиаконвергенция и национальные форматы в России и Европе.

**РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

7.1. В процессе освоения дисциплины «Журналистика в условиях медиатрансформации» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ**

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала (разделы)	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы \ средства контроля
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки			
<b>ИУК-6.1.</b> Умеет определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Тема 5. Медиасистема Италии. Тема 6. Медиасистема Франции	Методы психологии, социологии, культурологии, экономики, юриспруденции. Задачи и методы теоретических исследований. Системный подход при исследовании объектов и процессов. Анализ и синтез – основные методы изучения и создания объектов и процессов. Порядок теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений, формулирование гипотезы	Эссе (Основные этапы развития газетной индустрии. Современные тенденции развития печатных рынков России и Европы). Тест (№ 14, 17-18). Зачет (№ 15-17)
<b>ИУК-6.2.</b> Знает способы определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Тема 7. Медиасистема ФРГ. Тема 8. Медиасистема Великобритании	Эмпирические методы: наблюдение, сравнение, счет, измерения, экспериментальные исследования. Методика проведения эксперимента и разработка плана его реализации. Обработка и анализ экспериментальных данных. Понятие модели. Моделирование – основа	Эссе (Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций в России). Тест (№ 17-18). Зачет (№ 12-13)

		научных исследований. Физические и имитационные модели	
<b>ИУК-6.3. Владеет</b> навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Тема 9. Медиасистема США. Тема 10. Медиасистема России	Организация работы с информацией, литературой, источниками и базами данных, правовыми документами, людьми. Основные общедеревальные газеты и журналы, региональная пресса, общедеревальные каналы, региональные каналы, телеком-сектор	Эссе (Географический рынок СМИ. Аудитория в медиапланировании). Тест (№ 10, 16). Зачет (№ 5, 6, 14)

## 7.2. Примерные варианты вопросов для промежуточной аттестации зачету

1. Ключевые понятия медиаэкономики.
2. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
3. Рынок товаров СМИ.
4. Географический рынок СМИ.
5. Аудитория в медиапланировании.
6. Анализ аудитории по категориям.
7. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
8. Рыночные стратегии предприятий СМИ.
9. Издержки в медиаиндустрии.
10. Ценовая политика: особенности формирования.
11. Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции.
12. Основные этапы развития газетной индустрии в России и Европе.
13. Типы медиаконвергенции.
14. Особенность медиаконвергентных рынков. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка.
15. Основные этапы развития индустрии электронных СМИ.
16. Основные этапы развития телеиндустрии в России и Европе.
17. Модель «длинного хвоста».
18. Европеизация и медиаиндустрии в условиях конвергенции.

## 7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний<sup>2</sup>

1. Восстановите цепочку в системе отношений:  
.... – Журналист – Текст – .....
2. Определите четкие различия между такими понятиями, как «факт», «слух», «сплетня»
3. Продолжите ряд определений, применимых к понятию «Журналистика»:
  - комплекс каналов;
  - \_\_\_\_\_;

<sup>2</sup>Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено»\ «не зачтено»

- научная дисциплина;
- \_\_\_\_\_;
- совокупность профессий;

4. Назовите три основные условия информативности:

- оригинальность сведений, сообщаемых аудитории, их новизна – это...
- ценность, общественная значимость для аудитории сообщаемых сведений – это...
- доступность сообщения, возможность понимания его аудиторией в соответствии с замыслом журналиста – это...

5. Напишите третью причину возникновения журналистики:

- **социально-экономические, информационные потребности** зарождавшегося буржуазного общества, вызванных развитием производительных сил и производственных отношений и соответственно интенсивным развитием общения;
- **социально-политические и идеологические изменения** на рубеже формаций, которые потребовали оперативной пропаганды новых идей, сплочения их сторонников, борьбы зарождавшейся буржуазии с классовыми противниками;

6. В соответствии с указанными определениями назовите принципы журналистики

Позиция содействия развитию человека, обеспечению его материальных и духовных потребностей, мира, согласия и равновесия в обществе	
Гордость за достояние национальной культуры, практическая деятельность, направленная на всестороннее развитие своей страны, активной защите её интересов	
Расширение и углубление коммуникативных процессов, в общности идей и идеалов одного поколения, в ощущении целостности мира	
Объективность в освещении событий, непредубеждённый подход к явлениям жизни	
Своевременность, оперативность журналиста, его способность готовить и передавать информацию в сжатые сроки	
Содействие участию граждан в управлении государственными делами, информирование их о социальных проблемах, предоставление возможности для их обсуждения, сообщение о принятых мерах	
Представление взглядов, убеждений и идеалов общественных классов и социальных групп	

7. В чём заключается разница между такими определениями, как «пропаганда» и «агитация»? Основываясь на журналистскую практику, приведите примеры, ярко демонстрирующие эти понятия.

8. Структура массового сознания представляет собой совокупность четырёх взаимодействующих специфических компонентов: мировоззрения, миросозерцания, исторического сознания, общественного мнения. Объясните каждый из них.

**Мировоззрение** – это ...

**Миросозерцание** – это ...

**Историческое сознание** – это...

**Общественное мнение** – это...



9. Какая функция отвечает за удовлетворение утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоёв аудитории?

10. Подчеркните правильное

Особая форма результативности, которая определяется как конкретное участие журналистики в решении социально-экономических, хозяйственных, культурных задач и измеряется совокупностью принятых органами власти решений и проведённых мероприятий по материалам журналистов – это

- эффективность;
- действенность;
- пропаганда;
- идеология

11. Восстановите два отсутствующих аспекта журналистского текста:

- семантический;
- \_\_\_\_\_ ;
- \_\_\_\_\_ ;

12. Какая функция журналистики служит сплочению и организации людей и социальных институтов для совместной деятельности?

13. Назовите три основных вида журналистской деятельности.

14. Объясните разницу между **массовой**, **индивидуально-личностной** и **специальной** информацией.

15. Перечислите три основные группы жанров.

16. Укажите, какие элементы в системе журналистики отсутствуют?

- руководящие органы;
- журналисты;
- тексты;
- социальные институты;
- \_\_\_\_\_ ;
- \_\_\_\_\_ ;
- \_\_\_\_\_ ;
- \_\_\_\_\_

17. Газета «Ведомости» в России стала выходить в (нужное подчеркнуть):

- 1609 год;
- 1702 год;
- 1631 год;
- 1715 год

18. Термин «персональный журнализм» появился (нужное подчеркнуть):

- в XIX веке;
- в XX веке;
- в XVIII – начале XIX века;
- в XVII веке

19. Восстановить цепочку:

Цель – средства (способ действия) – функционирование - .....

20. В каких из перечисленных случаев можно вести речь о недостаточной принципиальности журналиста? (нужное подчеркнуть)

- получение взятки;
- ставить в материале псевдоним;
- скрытая реклама;
- получение гонорара;
- выполнение оплаченных заданий для информационных служб;
- работа по заказу

#### **7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания**

##### **7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

*Таблица 7.4.1.*

##### **Шкала оценивания на зачете, рубежном контроле**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"><li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li><li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li><li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li><li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li></ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"><li>- незнание значительной части программного материала;</li><li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li><li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li><li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li><li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li></ul>

##### **7.4.2. Письменной работы (эссе)**

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления
2. Уровень сформированности компетенций.

3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

## Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

## 7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

## Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

### 7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

**Качество знаний** характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

**Умения**, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

**Навыки** - это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико - ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для раз-

решения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, способность обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

**Устный опрос** - это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

**Тесты** являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

**Семинарские занятия** - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

## **РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

*Эссе* (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

*Кейс-метод (Casestudy)* – метод анализа реальной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;

- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессионального практикума**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература<sup>3</sup>**

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-8291-2508-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

### **Дополнительная литература<sup>4</sup>**

Доброзракова, Г. А. Журналистика в системе массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Электрон. текстовые данные. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>

Доброзракова, Г. А. Современные теории массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Электрон. текстовые данные. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 93 с. — 978-5-906605-48-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71884.html>

### **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

<sup>3</sup>Из ЭБС университета

<sup>4</sup> Из ЭБС университета

***Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы***

ЭБС IPRsmarthttp://www.iprbookshop.ru

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :

<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :

<http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

**Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

**Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

#### **РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения	Комплект специальной учебной мебели Компьютер. Видеопроектор Маркерная доска
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели