Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.юр.н., доц. Васильева Н.В.

_____

30.06.2022г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.У.22. Мониторинг аудитории СМИ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): Международная журналистика
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	3	3
Семестр	31	31
Лекции (час)	14	8
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	66	100
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)		
Экзамен (семестр)	31	31

Иркутск 2022

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.02 Журналистика.

Авторы Н.В. Рубцова, Полякова Н.В.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и маркетинговых технологий

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023
Дата актуализации рабочей программы: 28.06.2024

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины Исследование рынков является приобретение знаний, умений и навыков проектирования и проведения маркетинговых исследований рынка, для выполнения научно-исследовательских проектов

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-4	Способен выступать редактором содержания публикаций СМИ, удовлетворять потребностей населения в актуальной информации различной тематики

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-4 Способен выступать редактором содержания публикаций СМИ, удовлетворять потребностей населения в актуальной информации различной тематики	З. Знать основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов). У. Умение выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, определять приоритетные для публикаций темы, объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала. Н. Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.,108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	14	8
Практические (сем, лаб.) занятия	28	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	66	100

Всего часов	108	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Процесс и проблемы обоснования, планирования и организации исследования аудитории СМИ (лекция 1-2)	31	2	0	34		Доклад. Проект 1. Проект 2
2	Источники и методы сбора информации, проблемы их использования (лекция 3-4)	31	2	0	34		Проект 3. Проект 4. Тест
3	Проблемы выборочных исследований, анализ полученных данных и отчет об исследовании (лекция 5-6)	31	4	0	32		Проект 5. Проект 6. Творческое задание
	ИТОГО		8		100		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Процесс и проблемы обоснования, планирования и организации исследования аудитории СМИ (лекция 1-2)	31	4	8	22		Доклад. Проект 1. Проект 2
2	Источники и методы сбора информации, проблемы их использования (лекция 3-4)	31	6	10	22		Проект 3. Проект 4. Тест
3	Проблемы выборочных исследований, анализ полученных данных и отчет об исследовании (лекция 5-6)	31	4	10	22		Проект 5. Проект 6. Творческое задание

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	ИТОГО		14	28	66		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Исследование аудитории СМИ: актуальность, особенности и проблемы.	Исследование для целей менеджмента и маркетинга: актуальность, назначение, алгоритм и проблемы планирования и проведения, особенности исследования на заказ и своими силами
2	Типы исследования. Разработка программы исследования.	Типы исследования: поисковый, описательный, каузальный. Этапы разработки программы исследования и проблемы их выполнения.
3	Количественные методы получения информации	Количественные методы: сущность, назначение, преимущества и ограничения использования. Разработка инструментов.
4	Качественные методы получения информации	Качественные методы: сущность, назначение, преимущества и ограничения использования. Разработка инструментов.
5	Исследования в сети Интернет	Методы исследования в сети Интернет: особенности, назначение, преимущества и ограничения использования. Разработка инструментов. Форма: р
6	Проблемы формирования выборки. Анализ полученных данных. Подготовка отчета об исследовании	Сплошные и выборочные исследования. Формирование выборочной совокупности. Проблемы анализа и представления данных. Работа с данными исследования. Подготовка отчета об исследовании

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Исследование аудитории СМИ: актуальность, особенности и проблемы.. Исселдование медиа: содержание, значение, организация.
1	Типы исследования. Разработка программы исследования.. Типология исследований. Содержание программы марктеингового исследования
2	Количественные методы получения информации. Опрос, контент-анализ
2	Качественные методы получения информации. Эксперимент, фокус-группа, работа с документами, наблюдение
2	Исследования в сети Интернет. Создание Интернет-опроса и его организация
3	Проблемы формирования выборки. Анализ полученных данных. Подготовка отчета об исследовании. Генеральная совокупность, типы выборок и методы их формирования. Структура отчета о маркетинговом исследовании и презентация результатов маркетингового исследования

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Процесс и проблемы обоснования, планирования и организации исследования аудитории СМИ (лекция 1-2)	ПК-4	У.Умение выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, определять приоритетные для публикаций темы, объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала.	Доклад	уложиться в отведенное время для выступления – 0,5 балла; привести пример из практики – 1,5 балла; использовать свежую актуальную информацию – 2 балла; четко структурировать выступление – 1 балла; ссылаться на авторитетные источники – 1 балла; максимальное количество баллов: 6 (6)
2		ПК-4	Н.Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.	Проект 1	полнота разработки проекта – до 2 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 1 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 10 баллов. (10)
3		ПК-4	Н.Владеть навыками редактирования	Проект 2	полнота разработки

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.		проекта – до 2 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 1 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 10 баллов. (10)
4	2. Источники и методы сбора информации, проблемы их использования (лекция 3-4)	ПК-4	Н.Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.	Проект 3	полнота разработки проекта – до 3 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 12 баллов. (12)
5		ПК-4	Н.Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.	Проект 4	полнота разработки проекта – до 3 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов;

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 12 баллов. (12)
6		ПК-4	З.Знать основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов).	Тест	каждый правильный ответ 2 балла (10)
7	3. Проблемы выборочных исследований, анализ полученных данных и отчет об исследовании (лекция 5-6)	ПК-4	Н.Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.	Проект 5	полнота разработки проекта – до 4 баллов; корректность разработки показателей – до 4 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балла; качество ответов на вопросы – до 3 баллов; максимальное количество баллов: 15 баллов. (15)
8		ПК-4	У.Умение выявлять актуальные события в	Проект 6	полнота разработки

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			жизни общества и новые точки зрения на эти события, определять приоритетные для публикаций темы, объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала.		проекта – до 4 баллов; корректность разработки показателей – до 4 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балла; качество ответов на вопросы – до 3 баллов; максимальное количество баллов: 15 баллов. (15)
9		ПК-4	Н.Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.	Творческое задание	уложиться в отведенное время для выступления – 0,5 балла; полнота представления результатов – до 1,5 баллов; логичность, адекватная последовательность изложения материала – до 2; наглядность, выразительность оформления материалов – до 5; своевременность выполнения – 1 балл; всего за творческое задание – до 10 баллов. (10)
				Итого	**100**

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 31.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 2 балла.

Компетенция: ПК-4 Способен выступать редактором содержания публикаций СМИ, удовлетворять потребностей населения в актуальной информации различной тематики

Знание: Знать основные источники необходимой информации, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов).

1. Алгоритм (этапы) процесса исследования аудитории СМИ
2. Вероятностные и невероятностные способы построения выборки
3. Интеллектуальные информационно-аналитические системы и их использование для обработки данных
4. Интернет как источник вторичной информации
5. Источники и методы сбора маркетинговой информации, проблемы их использования
6. Методы анализа данных
7. Назначение, преимущества и ограничения использования качественных методов исследования
8. Назначение, преимущества и ограничения использования количественных разновидностей метода опроса
9. Определение объема выборки
10. Определение потребности организации (фирмы) в маркетинговых исследованиях
11. Основные положения разработки инструментов исследования аудиторий СМИ
12. Основные принципы и способы подготовки отчета об исследовании и презентации результатов
13. Особенности, преимущества и ограничения использования личных разновидностей метода наблюдения
14. Особенности, преимущества и ограничения использования метода наблюдения при помощи технических средств
15. Поисковые, описательные и каузальные исследования: различия и особенности планирования, выполнения и интерпретации результатов
16. Преимущества и ограничения использования вторичных данных
17. Преимущества и ограничения использования эксперимента
18. Преимущества и проблемы использования выборочных исследований
19. Принципиальная последовательность формирования выборки
20. Продвинутые методы обработки данных и их анализа
21. Рыночная информация и ее роль в подготовке бизнес-решений
22. Традиционный метод анализа вторичной информации и метод контент-анализа
23. Цели и задачи исследований современных СМИ

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Полнота выполнения - 20 баллов; правильное использование терминов - 6 баллов; количество приведенных примеров (гипотез) - 4 балла; корректность примеров - 5 баллов.

Компетенция: ПК-4 Способен выступать редактором содержания публикаций СМИ, удовлетворять потребностей населения в актуальной информации различной тематики

Умение: Умение выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, определять приоритетные для публикаций темы, объяснять корреспондентам задачи подготовки того или иного материала.
Задача № 1. Разработка инструментов исследования аудитории СМИ
Задача № 2. Разработка проекта описательного исследования аудитории СМИ

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Корректность (правильность) выполнния задания - 15 баллов; полнота выполнения задания - 10 баллов; корректное использование терминов - 7 баллов; уточнение условий задания у преподавателя, выполняющего роль заказчика - 3 балла.

Компетенция: ПК-4 Способен выступать редактором содержания публикаций СМИ, удовлетворять потребностей населения в актуальной информации различной тематики
Навык: Владеть навыками редактирования медиатекстов и выступать организатором работы редакционного коллектива.
Задание № 1. Выбор методов исследования для анализа аудитории СМИ
Задание № 2. Разработка плана разведочного (поискового) исследования

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 42.03.02 Журналистика
Профиль - Международная журналистика
Кафедра журналистики и маркетинговых технологий
Дисциплина - Мониторинг аудитории СМИ

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Разработка проекта описательного исследования аудитории СМИ (35 баллов).
3. Выбор методов исследования для анализа аудитории СМИ (35 баллов).

Составитель _____ Н.В. Рубцова

Заведующий кафедрой _____ И.Н. Демина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:
1. Сафронова Н. Б., Корнеева И. Е. Маркетинговые исследования/ Н.Б. Сафронова.- Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.-294 с.
2. Коротков А.В. Маркетинговые исследования. учебное пособие. Электронный ресурс/ А.В. Коротков.- Москва: Юнити-Дана, 2017.-303 с.
3. Коломиец В. П. Социология массовой коммуникации в обществе коммуникационного изобилия. Электронный ресурс/ В. П. Коломиец// Номер журнала, № 6, С. 3-14, 2017

4. Рубцова Н.В. Анализ рыночных возможностей.- 175 с.
5. Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 c. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71588.html
6. Владимирова, М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] : монография. — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2016. — 144 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=85961 — Загл. с экрана.ндик. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 97 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-6072-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741 (03.06.2016).
7. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 294 c. — ISBN 978-5-394-03074-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85277.html

б) дополнительная литература:

1. Архипкин О. В. Маркетинговые исследования в раскрытии возможностей рынка/ О. В. Архипкин// Монография (однотомник), Формирование и развитие региональных рынков, С. 76-89, сб. науч. тр., Иркутск, ИГЭА, 1997
2. Рубцова Н. В., Даниленко Н. Н. Сервисная деятельность. учебник для сред. проф. образования/ Н. В. Рубцова, Н. Н. Даниленко.- М.: Академия, 2018.-192 с.
3. Социология. учебное пособие. Электронный ресурс/ Л.В. Власенко.- Москва: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2017.-275 с.
4. Батурин В.К. Социология. учебник. Электронный ресурс/ В.К. Батурин.- Москва: Юнити-Дана, 2017.-487 с.
5. Губанова О.В. "Анализ маркетинговой информации" УМК по дисциплине для студентов направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" профиля "Маркетинг и рекламный бизнес".- Изд-во БГУ, 2017.- 129 с.// URL: 42207.doc
6. Полякова Н.В. Маркетинг территорий.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2017.- 106 с.
7. Рыженков А.Г. Ценообразование.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2018.- 141 с.
8. Татаринов К.А. Интернет-маркетинг в Instagram.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2019.- 193 с.
9. Блинова, М.В. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] / М.В. Блинова, Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский, В.Л. Иваницкий. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 464 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68803 — Загл. с экрана.
10. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 312 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68810 — Загл. с экрана.
11. Колесниченко А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы. М.: МГУ, 2009. Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text27/001.htm
12. Мокий М.С. Методология научных исследований. Учебник для магистратуры. [Электронный ресурс]/М.С. Мокий, А.Л. Никифоров. — М.: Издательство Юрайт,2015. – Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/thematic/?17&id=urait.content.B465051C-4319-447C-A71D-F39907B1C59D&type=c_pub
13. Соколова Н.Г. Основы маркетинговых исследований. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Г. Соколова, О.В. Титова, Т.В. Груздева. — Электрон. текстовые данные. — Ижевск: Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова, 2017. — 404 c. — 978-5-7526-0764-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/73869.html

14. Федосеев В.В. Математическое моделирование в экономике и социологии труда. Методы, модели, задачи [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Федосеев. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 167 c. — 5-238-01114-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/15390.html
15. Шендрик А.И. Социология культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Социология» и «Социальная антропология» / А.И. Шендрик. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 495 c. — 5-238-00896-1. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52642.html

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: http://bgu.ru/, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– ЕМИСС Государственная статистика, адрес доступа: https://fedstat.ru/. доступ неограниченный

– КиберЛенинка, адрес доступа: http://cyberleninka.ru. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению

– Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: http://elibrary.ru/. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации

– Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании", адрес доступа: http://www.ict.edu.ru/lib/. доступ неограниченный

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: https://www.iprbookshop.ru. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

• текущие консультации;

• выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

• формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

• самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

• написание рефератов, докладов;

• подготовка к семинарам.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:
– MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:
– Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
– Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
– Студенческая научно-исследовательская лаборатория маркетинговых и медиа-исследований,
– Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий