

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.Э.1. Экономика и менеджмент 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)	28	14
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	14	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	66	94
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)	31	31
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2022

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

Автор Н.В. Рубцова

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

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Цель курса «Экономика и менеджмент СМИ» – ознакомление студентов с основами теории экономики СМИ, понятиями медиаэкономики, рынка СМИ, его структурой и инфраструктурой, основными закономерностями, функциями, целями и основами экономической деятельности медиапредприятия, изучение факторов производства медиабизнеса, основных бизнес-моделей современных медиапредприятий, источников получения прибыли медиапредприятием, ознакомление с основными показателями экономической эффективности медиапредприятия и изучение направлений ее повышения. Центральная задача связана с пониманием роли СМИ не только как важнейшего социального института в демократическом обществе, но и субъекта особого бизнеса – медиабизнеса в контексте изучения СМИ как актора медиарынка.

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-5	Способен организовать производственный процесс создания медиапродуктов и создание медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-5 Способен организовать производственный процесс создания медиапродуктов и создание медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения	З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта. У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Элективная дисциплина.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Основы теории журналистики"

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	28	14
Практические (сем, лаб.) занятия	14	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	66	94
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	Двойственность СМИ	31	2	0	20		Доклад
2	Масс-медиа как товар	31	2	0	20		Эссе
3	Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	31	2	0	14		Собеседование
4	Предпринимательство и СМИ	31	2	0	10		Реферат
5	Факторы производства СМИ	31	2	0	10		Контрольная работа
6	Экономические результаты деятельности СМИ	31	2	0	10		Доклад
7	Основы менеджмента	31	2	0	10		Эссе
	ИТОГО		14		94		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Двойственность СМИ	31	4	2	10		Доклад
2	Масс-медиа как товар	31	4	2	8		Эссе
3	Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	31	4	2	8		Собеседование
4	Предпринимательство и СМИ	31	4	2	10		Реферат
5	Факторы производства СМИ	31	4	2	10		Контрольная работа
6	Экономические результаты	31	4	2	10		Доклад

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	деятельности СМИ						
7	Основы менеджмента	31	4	2	10		Эссе
	ИТОГО		28	14	66		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Двойственность СМИ	Массмедиа как социальный институт и экономический субъект. Экономика как новая сфера деятельности СМИ. Место средства массовой информации в экономике. Система СМИ (медиа-система) как социальная система, и система медиапредприятия как подсистема экономической системы. Медиаотрасль как отрасль социальной сферы.
2	Двойственность СМИ	Предпринимательство в сфере средств массовой информации. Медиабизнес. Учредитель и собственник, менеджер и предприниматель (бизнесмен) в медиаотрасли и на медиапредприятии. Сущность экономики средств массовой информации («медиаэкономика»).
3	Масс-медиа как товар	Специфика журналистского производства. Журналистская информация как специфический продукт этого производства. Ее особенности. Сущность товара СМИ. Двойственный характер экономической деятельности медиапредприятия.
4	Масс-медиа как товар	Классификация услуг, производимых медиапредприятием. Характер услуг медиапредприятия на рынке конечных потребителей (читателей, радиослушателей, телезрителей). Характер услуг медиапредприятия для юридических и физических лиц.
5	Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	Политэкономическое и маркетинговое понимание рынка. Сущность понятий «информационный рынок», «медийный рынок» и «рынок средств массовой информации». Субъекты рынка СМИ. Продавцы и потребители на рынке СМИ. Критерии, по которым можно рассматривать структуру рынка средств массовой информации.
6	Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	Информационный и рекламный рынок. Специфика поведения медиапредприятия на разных рынках. Рынок лояльности, конвенциональный и диссидентский рынок. Глобальные и локальные рынки. Инфраструктура рынка СМИ и ее специфика. Инфраструктура демократического общества, инфраструктура рынка, производственная и социальная инфраструктура и роль СМИ в инфраструктурной деятельности.
7	Предпринимательство и СМИ	Сущность предпринимательства. Соотношение понятий «предпринимательство» и Специфика бизнеса в сфере медиа. Субъекты предпринимательства в СМИ. Проблемы собственности в СМИ. Государственная поддержка медийного бизнеса. Законодательная база существования медиа как юридического лица. Организационно-правовые формы предприятий СМИ. Документы редакции, регулирующие ее

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		экономическую деятельность.
8	Предпринимательство и СМИ	Цели и задачи создания и развития предприятия СМИ. Предприятие СМИ с правовой и экономической точек зрения. Цели создания медиа. Внутренняя и внешняя среда предприятия СМИ. Конкуренция как важнейшая составляющая внешней среды масс-медиа.
9	Факторы производства СМИ	Сущность и структура основных фондов медиа. Виды оценки основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Показатели и пути улучшения использования основных фондов. Оборотные фонды и фонды обращения. Кругооборот оборотных средств. Показатели использования оборотных средств. Оборотные средства в различных видах средств массовой информации.
10	Факторы производства СМИ	Кадровый потенциал предприятия СМИ. Количественные и качественные характеристики трудовых ресурсов медиапредприятия. Производительность труда. Управление персоналом. Мотивация и оплата труда. Особенности управления кадрами в редакции. Финансовый механизм. Финансовые ресурсы медиапредприятия. Собственные и заемные средства медиапредприятия. Финансовое планирование. Финансовая база средства массовой информации. Рентабельность редакции.
11	Экономические результаты деятельности СМИ	Расходная и доходная часть бюджета медиапредприятия. Основные затраты медиапредприятия. Формирование сметы затрат на медиапроизводство. Доходная часть бюджета медиапредприятия. Источники доходов медиапредприятия. Ценовая, тиражная и рекламная политика медиапредприятия. Формирование и использование прибыли медиапредприятия.
12	Экономические результаты деятельности СМИ	Сущность, критерии и показатели экономической эффективности производства. Внутренняя и внешняя по отношению к редакции социальная и экономическая эффективность. Общая и сравнительная экономическая эффективность затрат. Основные направления повышения эффективности производства в медиабизнесе.
13	Основы менеджмента	Менеджмент как вид деятельности СМИ. Функции медиаменеджмента.
14	Основы менеджмента	Критерии успеха медиаменеджмента.
15	Основы менеджмента	Сущность и особенности редакционного менеджмента.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Двойственность СМИ. Знакомство с объектом и предметом экономики СМИ. СМИ как редакция и компонент социальной системы общества.
1	Двойственность СМИ. Медиапредприятие как субъект рынка и компонент экономической системы. Противоречивость двойственности СМИ.
2	Масс-медиа как товар. Обсуждение материалистических исследований

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	СМИ. Неолиберализм как подход к медиаисследованиям.
2	Масс-медиа как товар. Что является в средствах массовой информации товаром. Услуги. Медиаотрасль как элемент социальной сферы экономики. Написание эссе.
3	Рынок СМИ, его структура и инфраструктураПредпринимательство и СМИ. Обсуждение сущности рынка средств массовой информации. Структура рынка СМИ. Виды конкурентных рынков в СМИ.
3	Рынок СМИ, его структура и инфраструктура. Инфраструктура журналистики и инфраструктура медиаотрасли.
4	Предпринимательство и СМИ. Содержание понятия предпринимательства в сфере средств массовой информации. Предприниматель, учредитель и менеджер в СМИ.
4	Предпринимательство и СМИ. Изучение функций субъектов предпринимательства в средствах массовой информации. Противоречия в целях предпринимательства и социальных функциях СМИ.
5	Факторы производства СМИ. Основные средства медиапредприятия. Специфика структуры основных средств в разных видах СМИ (печатные, аудиовизуальные, интернет-СМИ). Износ и амортизация основных средств медиапредприятия.
5	Факторы производства СМИ. Оборот и кругооборот оборотных средств. Нормируемые оборотные средства. Структура оборотных средств СМИ.
6	Экономические результаты деятельности СМИ. Издержки производства в средствах массовой информации. Условно-постоянные, условно-переменные, предельные и средние издержки медиапредприятия.
6	Экономические результаты деятельности СМИ. Доходная часть бюджета медиапредприятия. Источники доходов СМИ. Доходы в разных видах средств массовой информации.
7	Основы менеджмента. Менеджмент как вид деятельности СМИ. Функции медиаменеджмента. Основы менеджмента
7	Основы менеджмента. Критерии успеха медиаменеджмента.
7	Основы менеджмента. Сущность и особенности редакционного менеджмента.

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.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	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. Двойственность СМИ	ПК-5	З.Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы	Доклад	Точность определения и аргументированн

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	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)
			<p>средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта.</p> <p>У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения</p> <p>Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.</p>		<p>ость – 5 баллов;</p> <p>Широта рассмотрения темы – 5 баллов;</p> <p>Качество презентации – 5 баллов. (15)</p>
2	2. Масс-медиа как товар	ПК-5	<p>З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта.</p> <p>У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения</p>	Эссе	<p>Креативность – 5 баллов, Умение абстрагироваться и делать обобщающие выводы из конкретных ситуаций – 10 баллов. (15)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	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)
			Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.		
3	3. Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	ПК-5	З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта. У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.	Собеседование	Полнота раскрытия вопроса – 5 баллов; Умение увидеть и поставить проблему – 5 баллов. (10)
4	4. Предпринимательство и СМИ	ПК-5	З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта. У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и	Реферат	Точность определения и аргументированность – 10 баллов; Широта рассмотрения темы – 10 баллов. (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	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)
			медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.		
5	5. Факторы производства СМИ	ПК-5	З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта. У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.	Контрольная работа	Полнота раскрытия вопроса – 10 баллов, Умение привести конкретные примеры – 5 баллов. (15)
6	6. Экономические результаты деятельности СМИ	ПК-5	З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать	Доклад	Точность определения и аргументированность – 5 баллов; Широта рассмотрения темы – 5 баллов; Качество презентации – 5

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	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)
			способы создания мультимедийного медиапродукта. У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.		баллов (15)
7	7. Основы менеджмента	ПК-5	З. Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта. У. Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения Н. Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.	Эссе	Креативность – 5 баллов, Умение абстрагироваться и делать обобщающие выводы из конкретных ситуаций – 5 баллов. (10)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 31.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: За правильный ответ на вопрос теста начисляется 4 балла.

Компетенция: ПК-5 Способен организовать производственный процесс создания медиапродуктов и создание медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения

Знание: Знать современные тенденции развития масс-медиа и системы средств массовой информации, основы и принципы мультимедийной, конвергентной журналистики. Знать способы создания мультимедийного медиапродукта.

1. Диссидентский рынок.
2. Информационные корпорации
3. Потребители СМИ на рекламном рынке
4. Продукция СМИ
5. Рынок продукта в СМИ
6. Собственником имущества редакции СМИ
7. Управленческий уровень и управленческий тип руководителей
8. Условия достижения целей системы медиапредприятия
9. Функции управления СМИ
10. Экономический уровень социальной деловой ответственности

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Правильное выполнение задания.

Компетенция: ПК-5 Способен организовать производственный процесс создания медиапродуктов и создание медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения

Умение: Уметь организовывать производственный процесс создания медиапродуктов и медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения

Задача № 1. Активная часть основных фондов

Задача № 2. Конечные потребители продукта медиапредприятия

Задача № 3. Развитие медиабизнеса в 2000-е гг.

Задача № 4. Рынок СМИ с позиции экономической теории

Задача № 5. Система медиапредприятий

Задача № 6. Сочетание рекламного и медийного рынков

Задача № 7. Стратегии концентрированного роста

Задача № 8. Традиционная философия фирмы

Задача № 9. Управляющая система медиапредприятия

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Правильное выполнение задания.

Компетенция: ПК-5 Способен организовать производственный процесс создания медиапродуктов и создание медиапродуктов мультимедийного формата для удовлетворения информационных и развлекательных потребностей населения

Навык: Владеть навыками создания мультимедийного медиапродукта для СМИ.

- Задание № 1. Медиапредприятие
- Задание № 2. Моральный износ
- Задание № 3. Редакция СМИ
- Задание № 4. Рекламные поступления
- Задание № 5. Спонсорские средства
- Задание № 6. Средства инвесторов
- Задание № 7. Физический износ

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 - Экономика и менеджмент СМИ
---	--

БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Конечные потребители продукта медиапредприятия (30 баллов).
3. Медиапредприятие (30 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. Экономика и менеджмент СМИ. ежегодник 2010.- М.: Изд-во МГУ, 2011.-188 с.
2. [Бессонов С.И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / С.И. Бессонов. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 124 с. — 978-5-7996-1004-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>](#)
3. [Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми / В. Л. Иваницкий. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 253 с. — \[Электронный ресурс\]. - URL: <https://www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464>](#)
4. [Основы медиабизнеса \[Электронный ресурс\] : учебник для студентов вузов / Е.Л. Вартанова \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — 978-5-7567-0724-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>](#)

б) дополнительная литература:

1. [Большева С.А. Медиапредприятие в условиях конвергенции \(на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь»\) \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / С.А. Большева, А.С. Юферева. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 108 с. — 978-5-7996-1854-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65943.html>](http://www.iprbookshop.ru/65943.html)
2. [Колесниченко А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы. М.: МГУ, 2009. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text27/001.htm>](http://evartist.narod.ru/text27/001.htm)
3. [Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.: РИП-холдинг, 2002. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>](http://evartist.narod.ru/text5/68.htm)
4. [Энциклопедия мировой индустрии СМИ \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для студентов вузов / М.В. Блинова \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 464 с. — 978-5-7567-0683-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21076.html>](http://www.iprbookshop.ru/21076.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
- Интернет-версия журнала «Журналист», адрес доступа: <http://journalist-virt.ru>. доступ неограниченный
- 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 научных исследований СМИ, адрес доступа: <http://mediascope.ru>. доступ неограниченный
- Сайт факультета журналистики МГУ, адрес доступа: <http://journ.msu.ru>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Раздел "Журналистика", адрес доступа: <http://www.gumer.info/>. доступ неограниченный
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный
- Электронный журнал «Медиаскоп», адрес доступа: <http://www.mediascope.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. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области Экономическая теория, основы теории журналистики, Система и типология СМИ, Социология.

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 (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося. Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);

- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);

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 и др.

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,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий,
- Студенческая научно-практическая лаборатория газета «ГрафоMan»,
- Студенческая телевизионная студия «ЭтаЖи»