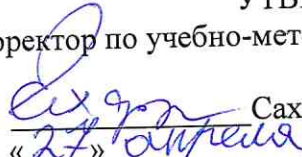


**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА журналистики и редакционно-издательских технологий

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебно-методической  
работе  
  
Сахарчук Е.С.  
«27» апреля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Экономика и менеджмент  
в средствах массовой информации**  
образовательная программа направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»  
шифр, наименование

**Направленность (профиль)**  
Интернет-журналистика

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения очная, очно-заочная

Курс 2 семестр 4

Москва  
2022

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата)», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 524 от 08 июня 2017 г. Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г. №47182219

Разработчик рабочей программы: \_\_\_\_\_ доцент кафедры Журналистики и редакционно-издательских технологий МГГЭУ \_\_\_\_\_  
место работы, занимаемая должность

Вакку \_\_\_\_\_ Вакку Г.В. \_\_\_\_\_ 20 апреля 2022 г.  
подпись Ф.И.О. Дата

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры  
(протокол № 8 от «21» апреля 2022 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ  
(протокол № 7 от «17» апреля 2022 г.)

СОГЛАСОВАНО

Начальник  
Учебно-методического управления  
И.Г. Дмитриева

«27» апреля 2022 г.

Начальник  
методического отдела  
Д.Е. Гапеенок

«27» апреля 2022 г.

Заведующий  
библиотекой  
В.А. Ахтырская

«27» апреля 2022 г.

Декан  
факультета  
С.Н. Лещинская

«27» апреля 2022 г.

## Содержание

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Цель и задачи изучения учебной дисциплины (модуля)

**Целью изучения дисциплины** является: подготовка специалиста, владеющего знаниями, умениями и навыками экономического анализа в области средств массовой информации, в ее основных формах и конкретных видах информационно-управленческой деятельности.

### **Задачи:**

выработать у обучающихся понимание экономических механизмов деятельности СМИ; дать обучающимся знание основных форм и видов информационно-управленческой деятельности современных средств массовой информации.

## 1.2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы направления подготовки

Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент в СМИ» (Б 1.О.22.) относится к Обязательной части блока дисциплин. Изучение учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» необходимо для освоения такой дисциплины, как «Основы журналистской деятельности», «Реклама и PR».

## 1.3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины (модуля)

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные (УК) – в соответствии с ФГОС 3++:

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>
ОПК-5	. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
УК-9.	Способен принимать обоснованные экономические	УК-9.1. Понимает базовые принципы

	решения в различных областях жизнедеятельности	<p>функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</p> <p>УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>
ПК-6	Организация работы подразделения (команды) СМИ	ПК-6.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта
		ПК-6.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами
		ПК-6.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)

### 2.1. Объем учебной дисциплины (модуля).

Объем дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» составляет 4 зачетные единицы /144 часов:

Очная форма

Вид учебной работы	Всего, часов	Очная форма
		Курс, часов
		1
<b>Аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего в том числе:</b>	<b>56</b>	<b>56</b>
<b>Лекции (Л)</b>	<b>14</b>	<b>14</b>

В том числе, практическая подготовка (ЛПП)	-	-
<b>Практические занятия (ПЗ)</b>	<b>42</b>	<b>42</b>
В том числе, практическая подготовка (ПЗПП)	-	-
<b>Лабораторные занятия (ЛР)</b>		
В том числе, практическая подготовка (ЛРПП)		
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
В том числе, практическая подготовка (СРПП)	-	-
<b>Промежуточная аттестация (подготовка и сдача), всего:</b>		
Контрольная работа		
Зачет с оценкой		
Экзамен	36	36
Итого:	144	144
Общая трудоемкость учебной дисциплины (в часах, зачетных единицах)	часов (4 з.е.)	часов (4 з.е.)

#### Очно-заочная форма

Вид учебной работы	Всего, часов	Очная форма
		Курс, часов
		1
<b>Аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего в том числе:</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Лекции (Л)</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
В том числе, практическая подготовка (ЛПП)	-	-
<b>Практические занятия (ПЗ)</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
В том числе, практическая подготовка (ПЗПП)	-	-
<b>Лабораторные занятия (ЛР)</b>		
В том числе, практическая подготовка (ЛРПП)		
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>	<b>78</b>	<b>78</b>
В том числе, практическая подготовка (СРПП)	-	-
<b>Промежуточная аттестация (подготовка и сдача), всего:</b>		
Контрольная работа		
Зачет с оценкой		
Экзамен	36	36
Итого:	144	144
Общая трудоемкость учебной дисциплины (в часах, зачетных единицах)	часов (4 з.е.)	часов (4 з.е.)

## 2.2. Содержание разделов учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (тематика занятий)	Формируемые компетенции (индекс)
1	<b>Тема 1. Журналистика и экономический фактор</b>	Роль экономического фактора в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Средства массовой информации и информационный рынок.	УК-9 ОПК-5 ПК-6

		<p>Журналистская информация как товар на информационном рынке. Экономические цели редакции. Информационный рынок: структура, закономерности формирования и развития. Факторы формирования информационного рынка.</p> <p>Финансовый рынок. Рынок рабочей силы (труда). Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов. Рынок информации и идей. Рынок периодических изданий.</p> <p>Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Правовые предпосылки основания периодического издания. Отношения учредителя, издателя, редакции, владельца имущества</p>	
2	<b>Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе</b>	<p>Экономические предпосылки. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовая политика редакции. Финансовая база издания</p>	<p>УК-9 ОПК-5 ПК-6</p>
3	<b>Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга</b>	<p>Основы редакционно-издательского маркетинга. Особенности маркетинга, его цели, задачи и направления. Изучение рынка периодических изданий.</p> <p>Анализ спроса. Определение цены. Позиционирование в сегменте рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинговая служба редакции. «Торговая марка», «бренд» и их продвижение на рынок</p>	<p>УК-9 ОПК-5 ПК-6</p>
4	<b>Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке</b>	<p>Маркетинговые коммуникации Инновации. Методы маркетинга. Особенности маркетинга электронных СМИ</p>	<p>УК-9 ОПК-5 ПК-6</p>
5	<b>Тема 5. Основы редакционного менеджмента</b>	<p>Функции менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности</p>	<p>УК-9 ОПК-5 ПК-6</p>
6	<b>Тема 6. Управление редакционным коллективом</b>	<p>Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы деятельности телерадиокомпаний и информационного агентства. Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе. Стили управления. Менеджмент и периодическое издание. Стратегии антикризисного управления. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон</p>	<p>УК-9 ОПК-5 ПК-6</p>

### 2.3. Разделы дисциплин и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа	Объем в часах
		Л	ПЗ	СР	Всего
		в том числе ЛПП	в том числе ПЗПП	в том числе СРПП	в том числе ПП
1	<b>Тема 1. Журналистика и экономический фактор</b>	2	6	8	16
		-	-	-	-
2	<b>Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе</b>	2	8	8	18
		-	-	-	-
3	<b>Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга</b>	2	8	8	18
		-	-	-	-
4	<b>Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке</b>	4	8	8	20
		-	-	-	-
5	<b>Тема 5. Основы редакционного менеджмента</b>	2	6	10	18
		-	-	-	-
6	<b>Тема 6. Управление редакционным коллективом</b>	2	6	10	18
		-	-	-	-

### 2.4. Планы самостоятельной работы обучающегося по дисциплине (модулю)

Очная форма обучения

№	Название разделов и тем	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость	Формируемые компетенции	Формы контроля
1.	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	Подготовка к практическому занятию, контрольной работе, экзамену.	8	УК-9 ОПК-5 ПК-6	опрос
2.	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	Подготовка к практическому занятию, контрольной работе, экзамену.	8	УК-9 ОПК-5 ПК-6	опрос



3.	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	Подготовка к практическому занятию, контрольной работе, экзамену.	8	УК-9 ОПК-5 ПК-6	контрольная работа
4.	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	Подготовка к практическому занятию, контрольной работе, экзамену.	8	УК-9 ОПК-5 ПК-6	опрос
5.	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	Подготовка к практическому занятию, контрольной работе, экзамену.	10	УК-9 ОПК-5 ПК-6	опрос
6.	Тема 6. Управление редакционным коллективом	Подготовка к практическому занятию, контрольной работе, экзамену.	10	УК-9 ОПК-5 ПК-6	опрос
			52		

### 3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

При организации обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ (ПОДА) обеспечиваются следующие необходимые условия:

- учебные занятия организуются исходя из психофизического развития и состояния здоровья лиц с ОВЗ совместно с другими обучающимися в общих группах, а также индивидуально, в соответствии с графиком индивидуальных занятий;

- при организации учебных занятий в общих группах используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений, создания комфортного психологического климата в группе;

- в процессе образовательной деятельности применяются материально-техническое оснащение, специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, электронные образовательные ресурсы в адаптированных формах.

- подбор и разработка учебных материалов преподавателями производится с учетом психофизического развития и состояния здоровья лиц с ОВЗ;

- используются элементы дистанционного обучения при работе со студентами, имеющими затруднения с моторикой;

- при необходимости студенты с инвалидностью и ОВЗ обеспечиваются текстами конспектов (при затруднении с конспектированием);

- при проверке усвоения материала используются методики, не требующие выполнения рукописных работ или изложения вслух (при затруднениях с письмом и речью).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, на электронном носителе, в печатной форме увеличенным шрифтом и т.п.);

- доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа);

- доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно, др.).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

#### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Самостоятельная работа студентов представляет собой обязательный вид деятельности, обеспечивающий успешное освоение образовательной программы высшего образования в соответствии с требованиями ФГОС.

Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по изучаемой дисциплине;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Основными принципами организации самостоятельной работы являются:

- принцип обратной связи, позволяющий осуществлять контроль и коррекцию действий студента;
- принцип развития интеллектуального потенциала студента (формирование алгоритмического, наглядно-образного, теоретического стилей мышления, умений принимать оптимальные или вариативные решения в сложной ситуации, умений обрабатывать информацию);
- принцип обеспечения целостности и непрерывности обучения (предоставление возможности последовательного выполнения заданий в пределах темы, дисциплины).

Основными видами самостоятельной работы по данной дисциплине являются подготовка к практическому занятию, подготовка к контрольной работе, подготовка к тесту, подготовка к экзамену.

**Подготовка к практическому занятию** требует поиска дополнительной информации по теме, которой будет посвящено занятие, что позволяет глубже разобраться в изучаемых вопросах и сформировать навык самостоятельного информационного поиска и анализа подобранного материала. При подготовке к практическим занятиям студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка:

- внимательно изучить основные вопросы темы практического занятия, определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами;
- найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных учебниках, нормативных документах и дополнительной литературе;
- после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы для самопроверки;
- продумать свое понимание сложившейся ситуации в изучаемой сфере, пути и способы решения проблемных вопросов;
- продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.

**Подготовка к тестированию.** Тестирование – это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний обучающихся. Задача тестирования - добиться глубокого изучения отобранного материала, пробудить у обучающегося стремление к изучению дополнительной литературы. Подготовка включает в себя изучение рекомендованной литературы, лекционного материала, конспектирование дополнительных источников. Чтение и запоминание текста индивидуально. Желательно сначала прочитать текст целиком, потом выделить в нем главные мысли, разделить текст на части, составить план текста, выделить логическую связь между этими пунктами и потом еще раз перечитать и пересказать.

**Подготовка к опросу** включает в себя повторение пройденного материала по теме предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Контроль самостоятельной работы студента осуществляется посредством текущего и промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется на практических занятиях в ходе проверки отдельных видов самостоятельной работы, выполненной студентами. Промежуточный контроль самостоятельной работы осуществляется в ходе промежуточной аттестации обучающихся.

**Экзамен.** Форма оценки качества усвоения обучающимися теоретических знаний учебного предмета или изучаемой дисциплины, их прочность и глубину усвоения, развитие творческого мышления, умения синтезировать, классифицировать и обобщать полученные знания и применять к решению задач практического и прикладного характера

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях и самостоятельной работе обучающихся

Очная форма

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
4	Л	проблемные лекции	2
		лекции-беседы	2
		лекции-дискуссии	2
		лекция-визуализация	2
	ПР	коллоквиум	4
		круглый стол	2
		учебный проект	2
		Кейс-метод	2

Вид технологии	Содержание технологии
<b>проблемная лекция</b>	- лекции, на которой новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Процесс познания обучающихся в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения
<b>лекция-беседа</b>	- содержание такой лекции подается через серию вопросов, на которые обучающиеся должны отвечать непосредственно в ходе лекции
<b>лекция-дискуссия (интерактивная лекция)</b>	- в данной технологии применяется следующие активные формы обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм
<b>лекция-визуализация</b>	- чтение лекции сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных наглядных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Представленная таким образом информация может обеспечить систематизацию имеющихся у обучающихся знаний, создание проблемных ситуаций и возможности их разрешения; демонстрировать разные способы наглядности, что является важным в познавательной и профессиональной деятельности

<b>творческое задание</b>	- деятельность обучающихся, которая приводит к созданию продуктов творчества, которые отличаются новизной, оригинальностью, являются не только субъективно, но и объективно ценностными. Творческие методы обучения - методы активные
<b>круглый стол</b>	– беседа, где участвуют небольшие группы обучающихся (5 человек), которые последовательно обсуждают поставленные вопросы
<b>работа в группах (групповой тренинг)</b>	- сравнительно новый метод интерактивного обучения. Различные ситуации, возникающие в группах и являются учебными, игровыми, для обучаемого выступают как вполне реальные ситуации, в которых надо действовать со всей ответственностью за результат действия
<b>мозговой штурм</b>	- творческая (креативная) дискуссия, приводящаяся для того, чтобы получить как можно больше идей решения какой-то проблемы
<b>метод-проектов</b>	- педагогическая технология, ориентированная не на интеграцию фактических знаний, а на их применение и приобретение новых
<b>кейс-метод (кейс-технологии)</b>	- технология, позволяющая применить теоретические знания к решению практических задач; способствует развитию у обучающихся самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументировано высказать свою. С помощью этого метода обучающиеся имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1 Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения**

Входная проверка – проводится на первом занятии. Проводится в письменной форме. Проводится тестирование.

Текущий контроль – проводится преподавателем на каждом занятии. Он представляет собой фронтальный опрос или письменную работу, коллоквиум - проверку знаний студентов по ранее данному им материалу. Текущий контроль осуществляется по всем темам обучения. Текущий контроль – это и индивидуальные задания в форме научного доклада, написание реферата, дискуссия.

Промежуточная аттестация – проводится по итогам изучения дисциплины письменно или устно в виде выполнения контрольных заданий, которые являются показателями их готовности к сдаче экзамена. Промежуточная аттестация – контрольная письменная работа.

**Входное тестирование** – фронтальный опрос

**Текущий контроль** – промежуточная аттестация

6.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.

Вид практических занятий	практическое занятие к теме №	цель	Вопросы для обсуждения/Задание
коллоквиум	<p><b>Тема 1.</b>  <b>Журналистика и экономический фактор</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить информационный рынок (структуру, закономерности формирования и развития, факторы формирования);</li> <li>- изучить правовые и экономические формы организации информационного бизнеса;</li> <li>- определить роль экономического фактора в возникновении и развитии СМИ;</li> <li>- изучить организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса и законодательную базу функционирования СМИ в России и мире;</li> <li>- выявить особенности и проблемы производства государственных и частных медиакомпаний</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Закон о СМИ как юридическое чудо.</li> <li>2. Медиаиндустрия в Европе.</li> <li>3. СМИ как фактор формирования экономического мышления.</li> <li>4. Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения.</li> <li>5. Новая политика в регулировании российской региональной прессы.</li> <li>6. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ.</li> </ol>
коллоквиум	<p><b>Тема 2.</b>  <b>Проблемы собственности в медиабизнесе</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить экономические предпосылки производства медиапродукции;</li> <li>- изучить финансовую политику редакций и их финансовую базу;</li> <li>- изучить основы редакционно-издательского маркетинга, его особенности, цели, задачи и направления</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое маркетинг СМИ? Чем он отличается от маркетинга в других рыночных сегментах?</li> <li>2. Назовите основные цели медиамаркетинга.</li> <li>3. Какие базовые методы используются в медиамаркетинге?</li> <li>4. Какие методы применяются при изучении рынка и какие задачи они решают?</li> <li>5. Назовите основные методы продуктовой стратегии на рынке СМИ.</li> <li>6. Назовите основные методы ценообразования на рынке</li> </ol>

			<p>печатных и электронных СМИ.</p> <p>7. Какие технологии, стратегии и приемы используют при продвижении СМИ?</p> <p>8. По каким параметрам изучается рекламный рынок и какое это имеет значение для деятельности СМИ?</p> <p>9. Каковы функции службы маркетинга на медиапредприятии?</p> <p>10. Назовите основные типы организации маркетинговой деятельности в медиабизнесе.</p>
<b>кейс-задача</b>	<b>Тема 3. Основы редакционно- издательского маркетинга</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- провести анализ спроса на информационные услуги;</li> <li>- выявить способы определения цены информационного продукта;</li> <li>- определить способы позиционирования в сегменте медиарынка;</li> <li>- изучить маркетинговые стратегии, способы брендинга и продвижения медиапродукта;</li> <li>- определить умения обучающихся самостоятельно конструировать бизнес-план по созданию газеты N, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности их аналитических и исследовательских навыков</li> </ul>	<p>Предполагает проектирование примерного бизнес-плана по созданию газеты (учебный вариант). С целью придания варианту универсального характера текущие финансовые расчеты выполняются без учета налогов, начислений и льгот, которые у различных редакций могут отличаться. Единый социальный и налог на прибыль будут учтены только по итогам всего периода проекта.</p> <p>Выполняется группой обучающихся.</p> <p>1. Бизнес-план по созданию газеты N</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Резюме</li> <li>- Описание газеты</li> <li>- Рынок сбыта</li> <li>- Конкуренция</li> <li>- Стратегия маркетинга</li> <li>- План производства</li> <li>- Организационный план</li> <li>- Юридический план</li> <li>- Оценка риска и страхование</li> <li>- Финансовый план</li> </ul>
<b>круглый стол</b>	<b>Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить маркетинговые коммуникации, инновации, методы и особенности маркетинга электронных СМИ;</li> <li>- определить навыки владения обучающимися содержанием</li> </ul>	<p>Подготовка к интерактивному занятию начинается с обсуждения проблемы и формата ее решения. Составляется план проведения мероприятия. В качестве основы сценария – программа на телеканале соответствующего формата, вопросы для обсуждения должны носить профессиональный характер.</p> <p>Темы для обсуждения</p>



		обсуждаемого вопроса, публичной речью, стратегии и тактики спора и др. навыки самопрезентации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое «корпоративное издание»?</li> <li>2. Для чего организации или компании необходима своя газета и какова ее целевая аудитория?</li> <li>3. Как издание влияет на корпоративную культуру.</li> <li>4. Влияние корпоративного издания на имидж компании.</li> <li>5. О чем и как должна писать корпоративная газета.</li> <li>6. Как изучить и понять свою аудиторию.</li> <li>7. Как создать обратную связь с читателями?</li> <li>8. Графическая модель: зачем она нужна?</li> <li>9. Что определяет «лицо» издания?</li> <li>10. Как дизайн влияет на восприятие издания читателем?</li> </ol>
<b>интерактивное занятие (коллоквиум)</b>	<b>Тема 5. Основы редакционного менеджмента</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявить функции менеджмента СМИ;</li> <li>- изучить экономические принципы редакционной деятельности</li> </ul>	<p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Типология корпоративных изданий по целевой аудитории: b2b, b2c, b2p.</li> <li>2. Основные условия и этапы создания корпоративного издания</li> <li>3. Тематическая модель корпоративного издания: как удовлетворить потребности своей аудитории</li> <li>4. Как планировать издание и работать с авторами.</li> <li>5. Критика в корпоративном издании</li> <li>6. Газета и журнал: разный подход к оформлению.</li> <li>7. Как дизайн влияет на восприятие издания читателем?</li> <li>8. Способ производства издания: собственное или аутсорсинг. Достоинства и недостатки каждого из этих способов.</li> <li>9. Выпуск издания: технологическая цепочка</li> <li>10. Как правильно распространять корпоративное издание</li> <li>11. Приемы продвижения издания</li> </ol>
<b>учебный проект</b>	<b>Тема 6. Управление редакционным коллективом</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить менеджмент и редакции, кадровую политику редакции, структуру редакции;</li> <li>- выявить организационные принципы деятельности редакции, уровни и стили ее управления;</li> <li>- определить стратегии</li> </ul>	<p>Предполагает конечный продукт курса «Выпуск корпоративного издания» - b2b, b2c, b2p (по выбору группы), получаемый в результате выполнения комплекса практических занятий. Выполняется группой обучающихся.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Корпоративное издание государственных и гражданских некоммерческих организациях.</li> <li>2. Корпоративное издание в промышленном и коммерческом</li> </ol>

		антикризисного управления редакционным коллективом и этические принципы его функционирования; - определить умения обучающихся самостоятельно конструировать корпоративное издание, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности их аналитических и исследовательских навыков	секторе.
--	--	---	----------

### **6.3. Курсовая работа**—не предусмотрено

### **6.4. Рефераты**

#### **Темы рефератов**

1. Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в 19-20 вв.
2. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
3. СМИ в современной экономике
4. Движущие силы развития медиабизнеса. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ. Типы концентрации
5. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ
6. Концентрация в современной российской индустрии СМИ
7. Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации
8. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ
9. Современная концепция маркетинга
10. Маркетинговые исследования
11. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии
12. Планирование маркетинговой деятельности
13. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга
14. Выработка стратегии маркетинга СМИ на зарубежном медиарынке
15. Выработка стратегии маркетинга СМИ на российском медиарынке
16. Газетная индустрия в информационно богатых странах: основные этапы развития
17. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке
18. Современные тенденции развития газетного рынка
19. Экономические особенности журнальной индустрии
20. Национальные особенности современных рынков прессы
21. Экономические особенности телевизионной индустрии
22. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке
23. Экономические особенности радиоиндустрии  
Основные форматы современных коммерческих радиостанций
24. Экономика кабельной индустрии
25. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства
26. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура
27. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования
28. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства
29. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета
30. Управление редакционным коллективом
31. Имидж, периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка
32. Дизайн издания и его популярность
33. Этические нормы взаимоотношения менеджера с руководителями и сотрудниками редакции.  
Отрицательные последствия их разрушения

### **6.5. Вопросы к экзамену** – не предусмотрено

## 6.6. Вопросы к зачету по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

1. Экономические цели редакции
2. Капитал, фонды и средства редакции
3. Финансовые процессы и потоки в редакции
4. Основы бухгалтерского учета в редакции
5. Системы аналитического учета и анализа, их использование в редакции газеты
6. Основы управления прибылью и финансами редакции
7. Спрос и предложение на рынке печатных СМИ
8. Виды медиамаркетинга
9. Цена на газетную продукцию
10. Основы экономического взаимодействия редакции с внешней средой
11. Финансовое планирование в редакции
12. Регистрация и ликвидация СМИ
13. Концентрация и монополизация СМИ
14. Формы медиаобъединений
15. Материальное обеспечение производства продукции СМИ
16. Организационная структура редакции и ее эффективность
17. Менеджмент финансовый, кадровый, маркетинговый
18. Редакционный коллектив - состав и структура
19. Моделирование работы редакции
20. Методы управления редакцией
21. Требования к руководителю редакционного коллектива
22. Медиарынок в условиях кризиса
23. Управление редакцией в период экономической нестабильности
24. Развитие СМИ в период экономической нестабильности
25. Иерархия управления в редакции и штатное расписание
26. Центры финансовой ответственности в редакции СМИ

## 6.7. Контроль освоения компетенций

Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
коллоквиум	1, 2, 5	УК-9; ОПК-5; ПК-6
круглый стол	4	УК-9; ОПК-5; ПК-6
кейс-метод, учебный проект	3, 6	УК-9; ОПК-5; ПК-6

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

### 7.1. Перечень основной литературы

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466627>
2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/424881>

2.

## 7.2. Перечень дополнительной литературы

1. Бобров, А. А. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для вузов / А. А. Бобров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9254-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452362>
2. Зельдович, Б. З. Управленческие решения в полиграфии: учебное пособие для вузов / Б. З. Зельдович, Н. М. Сперанская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 201 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11730-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457061>
3. Мисонжников, Б. Я. Введение в профессию: журналистика: учебное пособие для академического бакалавриата / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 190 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10439-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430024>

## 7.3. Программное обеспечение

### 7.4. Электронные ресурсы

Электронная библиотека «Знаниум»: <https://znanium.com>

Электронная библиотека «Юрайт»: <https://urait.ru>

Научная электронная библиотека «Elibrary.ru»: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>

Освоение дисциплины предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем: Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «ZNANIUM.COM», доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС «ZNANIUM.COM» содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС «ZNANIUM.COM» соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии также в электронно-библиотечной системе «ЭБС Юрайт». Она выполняет две основные задачи:

- Виртуальная выставка всего ассортимента книг издательства «Юрайт». Абсолютно все заинтересованные пользователи могут бесплатно и без регистрации ознакомиться не только с описанием изданий, но и текстами.

- Виртуальный читальный зал литературы по многим отраслям знаний. Для учебных заведений доступна корпоративная подписка на любые книги из состава электронной библиотеки по выбору, только те учебные материалы, которые отобраны преподавателями и библиотекарями для образовательного процесса.

В ЭБС не существует базовых коллекций наборов, можно выбирать только нужные учебники в необходимом количестве, для заказа корпоративной подписки нет никакого минимального порога, Ваш «виртуальный читальный зал» в нашей библиотеке может состоять даже из одного наименования.

Фонд электронной библиотеки составляет более 5000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

«ЭБС Юрайт» соответствует большинству требований не действующего в настоящее время Приказа Рособнадзора № 1953 от 5 сентября 2011 г.

В ЭБС присутствует возможность индивидуального неограниченного доступа Пользователей к содержимому из любой точки, в которой имеется подключение к сети Интернет.

В ЭБС присутствует возможность одновременного индивидуального доступа Пользователей к содержимому в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В ЭБС присутствует возможность полнотекстового поиска по содержимому, формирования статистических отчетов по пользователям.

Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки).

#### **7.4. Программное обеспечение**

1. Microsoft Office Standard 2010

#### **7.5. Методические указания и материалы по видам занятий**

Изучение курса осуществляется в тесном взаимодействии с другими дисциплинами. Форма и способы изучения материала определяются с учетом специфики изучаемой темы. Однако во всех случаях необходимо обеспечить сочетание изучения научного толкования того или иного понятия, даваемого в учебниках и лекциях, с самостоятельной работой студентов, выполнением практических заданий, подготовкой сообщений и докладов.

Формы и способы изучения материала определяются с учетом специфики темы. Однако во всех случаях необходимо обеспечить сочетание лекционного материала с анализом научных источников: монографий, научных статей, опубликованных в рекомендуемых юридических журналах.

##### **Методические указания по лекционным занятиям.**

В ходе лекции студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте, тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также основные моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая конспектирующему немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей. Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других.

Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.

5. Лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями, материалами судебной практики и т.п.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так при проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

Начало дискуссии должно быть ознаменовано установлением правил:

- выступать можно только при предоставлении слова;
- реплики с мест не допускаются; время выступления каждому участнику определено заранее.

Следует отметить внимание участников на необходимость поддерживать высокую культуру дискуссии.

#### **Методические указания для подготовки к практическим (семинарским) занятиям.**

Практические (семинарские) занятия представляют собой одну из важных форм работы студентов непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения практических (семинарских) занятий: обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, решение ситуационных задач, круглые столы, научные диспуты с участием практических работников и ученых, выполнение кейсов, деловые игры и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к практическому занятию заключается в подробном изучении конспекта лекции, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на практических и семинарских занятиях предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания

выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на семинарском или практическом занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на семинарских или практических занятиях студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление сокурсника, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия, после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Практические занятия требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, в необходимых случаях ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при практических занятиях студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Примерные этапы практического занятия и методические приемы их осуществления:

- постановка целей занятия: обучающей, развивающей, воспитывающей;
- планируемые результаты обучения: что должны студенты знать и уметь;
- проверка знаний: устный опрос, фронтальный опрос, программированный опрос, письменный опрос, комментирование ответов, оценка знаний, обобщение по опросу;
- изучение нового материала по теме;
- закрепление материала предназначено для того, чтобы студенты запомнили материал и научились использовать полученные знания (активное мышление).

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

№п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	Лекционная аудитория	Схемы к лекционным материалам, раздаточный материал, таблицы и др. материал, позволяющий сократить время на теоретическое изложение материала
2	Компьютерный класс	Компьютерный класс с выходом в Интернет для работы с базами данных и иными источниками информации

1. Учебные аудитории с доступом к сети «Интернет», укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.



2. Учебная аудитория, телевизионная лаборатория для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

3. Комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук, колонки, микрофон.

4. Оргтехника: компьютер, принтер, копировальный аппарат, сканер.

### 8.1. Программное обеспечение

№	Наименование продукта	Кол-во	Номер лицензии	Основание
1	Adobe Premiere CS6 Academic Edition	5	12867825	Сублицензионный договор № 49489/МОС3806
2	Adobe Design Standart 5 AcademicEdition License RU	15	8667918	Договор-оферта № Tr017922 от 06.04.2011
3	Microsoft Volume License		48457427	Договор-оферта № Tr017922 от 06.04.2011
	Applications - Office Standard 2010	25	*	
4	Microsoft Volume License		45411627	гос. Контракт № 14/09 от 14.04.2009
	Applications - Office Professional Plus 2007	13	*	
	Applications - Office Standard 2007	50	*	

