

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования
**«Московский государственный
гуманитарно-экономический университет»
(ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.03 Современные медиасистемы
образовательная программа 42.04.02 Журналистика
шифр, наименование

Направленность (профиль)

Мультимедийная журналистика

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная и заочная

Курс 1, 2 семестр 2,3

Москва 2023

Методические рекомендации разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления 42.04.02 Журналистика, утвержденного приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 529. Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г.. N 47239.

Разработчик(и) методических рекомендаций: доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций

_____ место работы, занимаемая должность
_____ Григорьев Н.Ю. _____ 23.03 _____ 2023 г.
подпись Ф.И.О. Дата

Методические рекомендации утверждены на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций
(протокол № 5 от «23» марта 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ
(протокол № 3 от «26» апреля 2023 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления
_____ И.Г. Дмитриева
«26» _____ 2023 г.

Начальник методического отдела
_____ Д.Е. Гапеенко
«26» _____ 2023 г.

Декан факультета
_____ Л.С. Астахова
«14» _____ 2023 г.

Содержание

1. **АННОТАЦИЯ/ВВЕДЕНИЕ**
2. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ**
3. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**
4. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛАБОРАТОРНЫМ РАБОТАМ***
5. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ**

АННОТАЦИЯ

Настоящие методические рекомендации разработаны для обучающихся 1,2 курса очной формы обучения с учетом ФГОС ВО и рабочей программы дисциплины «Современные медиасистемы».

Целью освоения дисциплины привить понимание принципов формирования современных медиасистем.

Задачи дисциплины - изучение современного состояния системы средств массовой коммуникации и информации, ее инфраструктуры, а также основных организационных форм медиаиндустрии;

- понимание базовых типологических признаков различных медиасистем, а также их основных отличительных черт;
- овладение навыками профессиональной деятельности с учетом специфики средства медиасистем.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- принципы сбора, отбора и обобщения информации;
- причинно-следственные связи в проблемы взаимодействия государственных институтов;
- данные социологических исследований о потребностях общества

уметь:

- прогнозировать реакцию целевой аудитории;
- выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия.

владеть:

- знаниями о потенциальной реакции целевой аудитории на создание новых журналистских продуктов.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ЛЕКЦИЯМ

Лекция 1. по теме: Введение в курс Медиаэкономика. Медиарынок и рынок маркетинговых коммуникаций. Исследования на медиарынке

Вопросы:

1. Медиа экономика, медиа рынок, медиа бизнес.
2. Структура исследований на медиа рынке. Анализ аудитории.
3. Рынок маркетинговых коммуникаций: сегменты ATL и VTL. Рекламный рынок.

Методические рекомендации:

При прохождении данного лекционного материала важно рассмотреть, как маркетинговые коммуникации влияют на современный медиарынок.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. *Свитич, Л. Г.* Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434260> — Режим доступа: по подписке.

2. *Чепкина, Э. В.* Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 115 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09946-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1898-8 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441668> — Режим доступа: по подписке.

3. *Шостак, М. И.* Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490574> (дата обращения: 17.05.2022).

Лекция 2. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Эфирное телевидение. Кабельное и спутниковое телевидение.

Вопросы:

1. Структура телевизионного сегмента в России и за рубежом.
2. Место кабельного и спутникового телевидения на медиа рынке.

Методические рекомендации:

В данной теме лектор рассматривает, какую роль играет телевидение в современном медиапространстве, что входит в основные сегменты медиарынка, какую роль сыграли кабельное и спутниковое телевидение. Какие перспективы у цифровизации.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. *Свитич, Л. Г.* Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434260> — Режим доступа: по подписке.

2. *Чепкина, Э. В.* Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 115 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09946-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1898-8 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441668> — Режим доступа: по подписке.

3. *Шостак, М. И.* Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490574> (дата обращения: 17.05.2022).

Лекция 3. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Радио. Интернет.

Вопросы:

- 1 Организационные принципы ведения радио бизнеса. Структура радиорынка.
- 2 Интернет. Место Интернета в современной структуре медиа рынка.

Методические рекомендации:

В теме рассматриваются такие средства массовой коммуникации, как радио и интернет. Рассмотрено, как возникли данные средства массовой коммуникации, как развивались, какую роль играют сегодня и какие перспективы развития.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. *Свитич, Л. Г.* Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434260> — Режим доступа: по подписке.

2. *Чепкина, Э. В.* Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 115 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09946-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1898-8 (Изд-во Урал. ун-та). —

Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441668> — Режим доступа: по подписке.

3. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490574> (дата обращения: 17.05.2022).

Лекция 4. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Издательский бизнес. Наружная реклама.

Вопросы:

1. Издательский бизнес.
2. Периодические издания
3. Наружная реклама.

Методические рекомендации:

В данной теме рассматривается состояние современного издательского бизнеса. Как он развивается в современной ситуации, как обстоят дела у периодических изданий в период медиа конвергенции, какую роль играет реклама.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. *Свитич, Л. Г.* Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434260> — Режим доступа: по подписке.

2. *Чепкина, Э. В.* Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 115 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09946-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1898-8 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441668> — Режим доступа: по подписке.

3. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490574> (дата обращения: 17.05.2022).

Лекция 5. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Новые медиа.

Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.

Вопросы:

1. Новые медиа. Понятие новых медиа.
2. Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.
3. Бизнес модели организации кинопроизводства и звукозаписи.

Методические рекомендации:

В данной теме лектор рассматривает роль кино как средства массовой коммуникации. Упомянуты новые технологии, а также указываются модели организации кинопроизводства и звукозаписи.

Дополнительные источники и литература для подготовки:

1. *Свитич, Л. Г.* Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434260> — Режим доступа: по подписке.

2. *Чепкина, Э. В.* Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ : учебное пособие для вузов / Э. В. Чепкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 115 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09946-1 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1898-8 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441668> — Режим доступа: по подписке.

3. *Шостак, М. И.* Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов / М. И. Шостак. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490574> (дата обращения: 17.05.2022).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Темы и задания к практическим занятиям:

Практическое занятие 1. по теме: Введение в курс Медиаэкономика. Медиарынок и рынок маркетинговых коммуникаций. Исследования на медиарынке.

Вопросы:

1. Структура телевизионного сегмента в России и за рубежом.
2. Место кабельного и спутникового телевидения на медиа рынке.

Методические рекомендации:

В данной теме лектор рассматривает, какую роль играет телевидение в современном медиaprостранстве, что входит в основные сегменты медиарынка, какую роль сыграли кабельное и спутниковое телевидение. Какие перспективы у цифровизации.

Практическое занятие 2. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Эфирное телевидение. Кабельное и спутниковое телевидение.

Вопросы:

1. Структура телевизионного сегмента в России и за рубежом.
2. Место кабельного и спутникового телевидения на медиа рынке.

Методические рекомендации:

В данной теме лектор рассматривает, какую роль играет телевидение в современном медиапространстве, что входит в основные сегменты медиарынка, какую роль сыграли кабельное и спутниковое телевидение. Какие перспективы у цифровизации.

Практическое занятие 3. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Радио. Интернет.

Вопросы:

- 1 Организационные принципы ведения радио бизнеса. Структура радиорынка.
- 2 Интернет. Место Интернета в современной структуре медиа рынка.

Методические рекомендации:

В теме рассматриваются такие средства массовой коммуникации, как радио и интернет. Рассмотрено, как возникли данные средства массовой коммуникации, как развивались, какую роль играют сегодня и какие перспективы развития.

Практическое занятие 4. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Издательский бизнес. Наружная реклама.

Вопросы:

1. Издательский бизнес.
2. Периодические издания
3. Наружная реклама.

Методические рекомендации:

В данной теме рассматривается состояние современного издательского бизнеса. Как он развивается в современной ситуации, как обстоят дела у периодических изданий в период медиа конвергенции, какую роль играет реклама.

Практическое занятие 5. по теме: Отдельные сегменты медиа рынка. Новые медиа. Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.

Вопросы:

1. Новые медиа. Понятие новых медиа.
2. Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.
3. Бизнес модели организации кинопроизводства и звукозаписи.

Методические рекомендации:

В данной теме лектор рассматривает роль кино как средства массовой коммуникации. Упоминаются новые технологии, а также указываются модели организации кинопроизводства и звукозаписи.

