

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кубанский государственный университет»  
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

Иванов А.Г.

*подпись*

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.Б.8 Медиаэкономика

*(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика  
*(код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность (профиль) / специализация  
Реклама, Теория и методика журналистского творчества, Международная  
проблематика, Проблемы культуры  
*(наименование направленности (профиля) специализации)*

Программа подготовки академическая  
*(академическая /прикладная)*

Форма обучения очная  
*(очная, очно-заочная, заочная)*

Квалификация (степень) выпускника бакалавр  
*(бакалавр, магистр, специалист)*

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.8 Медиаэкономика составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

Е.В. Вологина, доц. каф. электронных СМИ и новых медиа, к.ф.н. \_\_\_\_\_

А.А. Цаканян, доц. каф. издательского дела и медиатехнологий, к.ф.н. \_\_\_\_\_

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

подпись

Рабочая программа дисциплины Медиаэкономика утверждена на заседании кафедры публицистики и журналистского мастерства

протокол № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Сопкин П.Т.

фамилия, инициалы

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры публицистики и журналистского мастерства

протокол № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Сопкин П.Т.

фамилия, инициалы

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017г.

Председатель УМК факультета \_\_\_\_\_

фамилия, инициалы

подпись

Рецензенты:

\_\_\_\_\_ Факторович Александр Львович, проф. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций, КубГУ

\_\_\_\_\_ Колмогоров Денис Владимирович, программный директор Ретро-ФМ, Медиа Группа

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).**

### **1.1 Цель освоения дисциплины.**

Дать общее взаимосвязанное представление о характере и особенностях экономики и планирования в медиабизнесе.

### **1.2 Задачи дисциплины:**

- рассмотреть особенности отношений между экономикой и журналистской в современном обществе;
- изучить основы редакционно-издательского маркетинга, условия обеспечения финансовой базы издания;
- выявить роль экономического фактора в организации труда современного журналиста;
- способствовать формированию у магистранта экономического мышления, понимания своего места и роли в укреплении экономической базы издания, оптимизация его имиджа и повышения его конкурентоспособности.
- рассмотреть особенности отношений между экономикой и журналистской в современном обществе;
- изучить основы редакционно-издательского маркетинга, условия обеспечения финансовой базы издания;
- выявить роль экономического фактора в организации труда современного журналиста;
- способствовать формированию у магистранта экономического мышления, понимания своего места и роли в укреплении экономической базы издания, оптимизация его имиджа и повышения его конкурентоспособности.

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.**

Дисциплина «Медиаэкономика» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Для изучения данной дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате изучения дисциплин «Медиапланирование», «Современные медиасистемы».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных, профессиональных компетенций: ОПК-7, ПК-3

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-7	Готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности	особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики;	использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			актуальные проблемы медиаэкономики; экономические основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг.	ую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ; обобщить теоретические основы и практические задачи менеджмента и маркетинга информационных продуктов.	
2.	ПК-3	Готовность осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	особенности организационных, координационных, контролирующих обязанностей руководителя СМИ	использовать полученные знания по планированию в практической профессиональной деятельности	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ медиапланирования и проектирования

## 2. Структура и содержание дисциплины.

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		В			
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	24	24			
В том числе:					
Занятия лекционного типа	12	12			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12			
Лабораторные занятия	-	-			
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	48	48			
В том числе:					
Курсовая работа	-	-			
Проработка учебного (теоретического) материала	38	38			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	-	-			
Реферат	10	10			

Подготовка к текущему контролю	-	-			
Контроль	-	-			
<b>Промежуточная аттестации (зачет)</b>					
Общая трудоемкость час	72	72			
зач. ед.	2	2			

## 2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.  
Разделы дисциплины, изучаемые в В семестре

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Организационная структура редакции	12	2	2	-	8
2.	Медийный маркетинг	12	2	2	-	8
3.	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	12	2	2	-	8
4.	Издательская себестоимость	12	2	2	-	8
5.	Продвижение медийного продукта на рынок	12	2	2	-	8
6.	Ценообразование в медиаиндустрии	12	2	2	-	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	8	10	-	48

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3 Содержание разделов дисциплины:

### 2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Организационная структура редакции	Редакция СМИ как система взаимодействующих субъектов рыночной экономики. Функционирование редакции и издательства в условиях рынка. Нормативно-правовая база. Информационно-научное обеспечение отрасли.	Конспект лекций
2.	Медийный маркетинг	Цели и задачи маркетинговой деятельности редакции/издательства. Основные концепции маркетинга. Планирование маркетинга. Бюджет маркетинга. Изучение спроса.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
3.	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	Структура редакции/издательства. Основные и вспомогательные службы редакции. Производственный и финансовый менеджмент. Нормативно-правовая база редакции.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам

		Сущность и содержание редакционно-издательского процесса. Экономические методы управления коллективом. Художественно-технические оформление печатной продукции и его экономическая составляющая.	предыдущей лекции
4.	Издательская себестоимость	Понятие прибыли и себестоимости в издательской отрасли. Безубыточные тиражи издания. Риски и их типологическая составляющая.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
5.	Продвижение медийного продукта на рынок	Типовые решения по продвижению и распространению медийного продукта. Особенности проведения рекламной и PR-кампании в редакции/издательстве.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
6.	Ценообразование в медиаиндустрии	Особенности формирования ценовой политики редакции/издательства. Отпускная цена редакции/издательства. Расчет прибыли по Шрейхеру. Факторы, влияющие на себестоимость печатного издания.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции

### 2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Организационная структура редакции	Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов. Концентрация в индустрии СМИ.	Дискуссия, реферат
2.	Медийный маркетинг	Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга.	Коллоквиум
3.	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	Основы редакционно-издательского маркетинга. СМИ как отрасль современной экономики.	Дискуссия, реферат
4.	Издательская себестоимость	Экономические особенности печатных СМИ. Экономика телевидения, радио- и кабельной индустрии. Экономика онлайн-СМИ..	Дискуссия, реферат

5.	Продвижение медийного продукта на рынок	Особенности проведения рекламной и PR-кампании в редакции/издательстве. Продвижение периодического издания на издательском рынке РФ.	Дискуссия, реферат
6.	Ценообразование в медиаиндустрии	Расчет прибыли по Шрейхеру. Факторы, влияющие на себестоимость печатного издания.	Дискуссия, реферат

### 2.3.3 Лабораторные занятия.

По дисциплине лабораторные занятия не предусмотрены.

### 2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены.

## 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Самостоятельная проработка теоретического материала	Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран учебное пособие для студентов вузов / Варганова, Елена Леонидовна ; Е. Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. Гуревич, С.М. Экономика средств массовой информации. – М., 1999 Гуревич, С.М. Экономика средств массовой информации. – М., 1999 Иваницкий, В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ : учебное пособие для студентов вузов / Иваницкий, Валерий Львович ; В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. Пособие для студ. Вузов, обуч. По спец. «Журналистика» / Д. Л. Стровский. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2014. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособ. Для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Варгановой, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013
2	Реферат	Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии.**

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, проведение опросов и дискуссий, выступления с рефератами.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

### **4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

#### **4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.**

##### **4.1.1 Примерная тематика коллоквиума**

1. Что такое маркетинг СМИ? Чем он отличается от маркетинга в других рыночных сегментах?
2. Назовите основные цели медиамаркетинга.
3. Какие базовые методы используются в медиамаркетинге?
4. Какие методы применяются при изучении рынка и какие задачи они решают?
5. Назовите основные методы продуктовой стратегии на рынке СМИ.
6. Назовите основные методы ценообразования на рынке печатных и электронных СМИ.
7. Какие технологии, стратегии и приемы используют при продвижении СМИ?
8. По каким параметрам изучается рекламный рынок и какое это имеет значение для деятельности СМИ?
9. Каковы функции службы маркетинга на медиапредприятии?
10. Назовите основные типы организации маркетинговой деятельности в медиабизнесе.

##### **4.1.2 Примерные темы рефератов**

1. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
2. СМИ в современной экономике.
3. Движущие силы развития медиабизнеса. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ. Типы концентрации.
4. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ.
5. Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
6. Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации.
7. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ.
8. Современная концепция маркетинга.
9. Маркетинговые исследования.
10. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
11. Планирование маркетинговой деятельности.
12. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга.
13. Выработка стратегии маркетинга СМИ на зарубежном медиарынке.
14. Выработка стратегии маркетинга СМИ на российском медиарынке.



15. Газетная индустрия в информационно богатых странах: основные этапы развития.
16. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке.
17. Современные тенденции развития газетного рынка.
18. Экономические особенности журнальной индустрии.
19. Национальные особенности современных рынков прессы.
20. Экономические особенности телевизионной индустрии:
21. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
22. Экономические особенности радиоиндустрии. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.
23. Экономика кабельной индустрии
24. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства.
25. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура.
26. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования.
27. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.
28. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.
29. Управление редакционным коллективом.
30. Имидж, периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка.
31. Дизайн издания и его популярность.
32. Этические нормы взаимоотношения менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Отрицательные последствия их разрушения.

#### **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.**

*Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (зачет)*

1. СМИ в современной экономике.
2. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ.
3. Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
4. Современные концепции маркетинга.
5. Маркетинговые исследования.
6. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
7. Планирование маркетинговой деятельности.
8. Медиамаркетинг и его особенности.
9. Капитал, фонды и средства редакции.
10. Экономические особенности газетной индустрии.
11. Современные тенденции развития газетного рынка.
12. Экономические особенности журнальной индустрии.
13. Модели организации телевизионной индустрии.
14. Экономические особенности телевизионной индустрии.
15. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
16. Экономические особенности радиоиндустрии.
17. Контент-индустрия в структуре экономики СМИ.
18. Экономические преимущества интернета перед традиционными СМИ.
19. Экономика онлайн-СМИ
20. Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ.
21. Массовая информация как товар на информационном рынке.
22. Информационный рынок: аспекты и структура.
23. Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции.

24. Конкуренция и конкурентные ситуации.
25. Финансовая политика редакции и компании.
26. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства.
27. Бюджет и баланс редакции, их структура.
28. Рекламная политика редакции.
29. Ценовая политика редакции. Ее направления.
30. Распространение периодического издания.
31. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
32. Финансовый рынок. Поиск источников капитала.
33. Журналистика как общественная система.
34. Бизнес-моделирование в СМИ.
35. Основные типы российских предприятий (государственные, смешанные, частные)
36. Экономические особенности СМИ России.
37. Конвергенция в российской прессе: экономические особенности и перспективы.
38. Модели монополистического капитала.
39. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
40. Российская медиаиндустрия: процесс становления.
41. Основные тенденции развития мировой экономики.
42. Финансовая база издания. Источники ее формирования.
43. Бизнес-план в системе редакционного планирования.
44. Управление редакционным коллективом.
45. Экономические основы труда журналиста.

#### **Критерии оценивания**

**Оценка «5» («отлично»)** соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно». Выставляется студенту,

- усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

- обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

**Оценка «4» («хорошо»)** соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет». Выставляется студенту,

- обнаружившему полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей;

- показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

**Оценка «3» («удовлетворительно»)** выставляется студенту,

- обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой;

- допустившему неточности в ответе и при выполнении заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

**Оценка «2» («неудовлетворительно»)** выставляется студенту,

- обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

- давшему ответ, который не соответствует экзаменационному вопросу.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

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

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

### **5.1 Основная литература:**

1. Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. Пособие для студ. Вузов, обуч. По спец. «Журналистика» / Д. Л. Стровский. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2014.
2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособ. Для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013

### **5.2 Дополнительная литература:**

1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран учебное пособие для студентов вузов / Вартанова, Елена Леонидовна ; Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003.
2. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий. Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008
3. Гуревич, С.М. Номер газеты. Учебное пособие/ С.М. Гуревич . – М., 2002
4. Гуревич, С.М. Экономика средств массовой информации. – М., 1999
5. Гуревич, С.М. Гуревич Газета и рынок : Пособие для журналистов. М. - 1998
6. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес - моделирования СМИ : учебное пособие для студентов вузов / Иваницкий, Валерий Львович ; В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с.

7. Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. М. 2001
8. Кирия, И.В. Зарубежный медиамаркетинг. – М.: «ВК». 2006
9. Кравченко, Н.П. Государственный маркетинг в средствах массовой информации. Метод. пособие. – Краснодар, 2009
10. Лучинский, Ю.В. История зарубежной журналистики: от истоков до наших дней. Учебное пособие. – Сухум, 2009
11. Основы медиабизнеса: учебное пособие для студентов вузов / [Е. Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой ; [науч. ред. Н. В. Ткачева]. - М. : Аспект Пресс, 2009.

### **5.3. Периодические издания:**

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Особенности формирования и развития медиасреды в историческом и прогностическом аспектах. Материалы науч.-практич. конференции 11 апреля 2010 г., Краснодар, 2011
3. Журналистика и медиарынок – URL: [http://mediaguide.ru/?p=media\\_kit&id=9823](http://mediaguide.ru/?p=media_kit&id=9823)

### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

1. Мировая экономика и международные отношения  
<http://www.politstudies.ru/friends/index.htm>
2. Журнал «Менеджмент в России за рубежом» // URL: <http://www.mevriz.ru/news/archive/2011/>
3. Всероссийский научно-популярный журнал «PR в России»: [www. rupr.ru](http://www.rupr.ru)
4. Журнал «Сообщение»: [www.soob.ru](http://www.soob.ru)
5. Электронная библиотека НБ КубГУ
6. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE»
7. Электронная библиотечная система издательства "Лань"
8. Электронно-библиотечная система BOOK.ru
9. Электронная библиотечная система «Юрайт»

### **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).**

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

#### *Методические указания к самостоятельной работе студентов*

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

*Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:*

– освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

– планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

– самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

– выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

*студент может:*

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

– самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

– предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

– в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

– предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

– использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

– использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Медиаэкономика» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий.

*Лекционные занятия (Л).*

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

– изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;

– логичность, четкость и ясность в изложении материала;

– возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;

- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

#### *Практические занятия (ПЗ).*

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с электронными образовательными ресурсами.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).**

### **8.1 Перечень информационных технологий.**

Информационные технологии не предусмотрены.

### **8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.**

Программное обеспечение не предусмотрено.

### **8.3 Перечень информационных справочных систем:**

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оборудование для презентаций – проектов, экран, ноутбук
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектов, экран, ноутбук
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.