МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Хагуров Т.А.
подпись
«___»_____2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.09 РЕДАКТОРСКИЕ ПРАКТИКИ В МИРОВЫХ МЕДИА

(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
Международная проблематика
(наименование направленности (профиля)/специализации)

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

Квалификация (степень) выпускника магистр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.О.09 «Редакторские практики в мировых медиа» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 42.04.02 Журналистика, профиль «Международная проблематика»

Программу составил(и):
Лучинский Ю.В., д.ф.н., профессор
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание _____ подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.09 «Редакторские практики в специализированных медиа Редакторские практики в мировых медиа» утверждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
протокол № 11 «28» 05 2020 г.
Заведующий кафедрой (разработчика) Ю.В. Лучинский
фамилия, инициалы _____ подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций
протокол № 11 «28» 05 2020 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Ю.В. Лучинский
фамилия, инициалы _____ подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики, протокол № 12-20 « 28 » 05 2020г.
Председатель УМК факультета О.В. Хлопунова
фамилия, инициалы _____ подпись

Рецензенты:
Бешукова Ф. Б. доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой литературы и массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

Шеуджен Ф.Ю., кандидат филологических наук, главный редактор «Аргументы и Факты - ЮГ»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины «Редакторские практики в мировых медиа» - ознакомление студентов с базовыми понятиями литературного редактирования с последующим формированием комплекса первоначальных навыков и умений редактирования иностранных текстов СМИ. Теоретическое освоение курса предполагает изучение специфики иностранных СМИ и особенностей их функционирования в социокультурном пространстве.

1.2 Задачи дисциплины

- Овладеть необходимым и достаточным уровнем межкультурной коммуникации
- Ознакомить студентов с теоретическими и методологическими основами редактирования
- Развить умения производить прагматическую адаптацию текста;
- Освоить методические процедуры анализа и правки текста.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Редакторские практики в мировых медиа» относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

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 *универсальных* компетенций (*УК)*: ОПК-3, ОПК-6, ПК-02

п. п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	**Умеет**	**владеет**
1.	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационн ых продуктов	достижений отечественной и мировой культуры	анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационн ых продуктов);	навыками анализа достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).

2.	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроиводств а современные технологические средства и информационноком муникационн ые технологии	современные технологические средства и информационноко ммуникационн ые технологии в профессионально й сфере;	использовать технологические средства и информационнокомм уникационны е технологии в профессиональной деятельности;	технологическими средствами и информационноком муникационны ми технологиями в профессиональной деятельности.
3.	ПК-02 способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, Международный опыт и жанровостилистичес кие особенности	особенности развития современного общества, принципы и методы работы с подготовкой и отбором материалов для публикаций	выявлять значимые события и проблемы Современного общества, и новые взгляды на их решение, а также Редактировать материалы в соответствии с требованиями СМИ	способностью к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных опираясь на историю, международный опыт и жанровостилистичес кие особенности

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач. ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

(для студентов ОФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		1	2		
Контактная работа, в том числе:	**68**				
Аудиторные занятия (всего):					
Занятия лекционного типа	28	12	16		
Лабораторные занятия	-	-	-		
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	40	24	16		
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	124	68	56		
Промежуточная аттестация (ИКР)	71,4	35,7	35,7		
Самостоятельная работа, в том числе:	**195,4**	**103,7**	91,7		

Курсовая работа		1		1		
Проработка учебного (теоретического) материала		54	28	30		
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		40,4	20,7	15		
Коллоквиум		45	25	20		
Подготовка к текущему контролю		55	30	25		
Контроль:		**71,4**	**35,7**	35,7		
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	**час.**	**252**	**144**	108		
	в том числе контактная работа	**90,6**				
	зач. ед	**7**				

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре *(очная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов		5	9	-	45,4
2.	Экономические основы функционирования медиахолднгов в России и за рубежом.		8	15	-	60
3.	Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии		6	8	-	40
4.	Перспективы развития мирового информационного рынка		8	8	-	50
	ИТОГО по разделам дисциплины	**263,4**	**28**	**40**	**-**	**195,4**
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	124				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	71,4				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	252				

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий лекционного типа	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов	Возникновение и развитие медиахолдингов в США. Возникновение и история развития медиа-корпораций в Великобритании, Германии и Франции. Возникновение и развитие крупнейших российский медиахолдингов. Региональные медиахолдинги в глобальной системе массовых коммуникаций.	Конспект, фронтальный опрос
2.	Экономические основы функционирования медиахолднгов в России и за рубежом.	Экономические основы функционирования иностранных и российских медиахолдингов: сходства и различия. Особенности работы медиахолдингов в условиях российской экономики. Мультимедийная стратегия холдингов как основа экономической стабильности компании.	Конспект, фронтальный опрос
3.	Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии	Крупнейшие издательские дома США. Крупнейшие издательские дома Великобритании. Крупнейшие издательские дома Германии. Крупнейшие издательские дома Франции. Крупнейшие издательские дома азиатских стран. Крупнейшие издательские дома России. Их место на современном информационном рынке. Экономические основы функционирования и медиа- активы. Социальная политика компаний.	Конспект, фронтальный опрос
4.	Перспективы развития мирового информационного Рынка	Монополизация и концентрация мирового информационного р системе массовых коммуникаций. Перспективы развития крупнейших мировых медиа-корпораций.	Конспект, фронтальный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов	Возникновение и развитие медиахолдингов в США. Возникновение и история развития медиа-корпораций в Великобритании, Германии и Франции. Возникновение и развитие крупнейших российский медиахолдингов. Региональные медиахолдинги в глобальной системе массовых коммуникаций.	Коллоквиум

2.	Экономические основы функционирования медиахолднгов в России и за рубежом.	Экономические основы функционирования иностранных и российских медиахолдингов: сходства и различия. Особенности работы медиахолдингов в условиях российской экономики. Мультимедийная стратегия холдингов как основа экономической стабильности компании.	Коллоквиум
3.	Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии	Крупнейшие издательские дома США. Крупнейшие издательские дома Великобритании. Крупнейшие издательские дома Германии. Крупнейшие издательские дома Франции. Крупнейшие издательские дома азиатских стран. Крупнейшие издательские дома России. Их место на современном информационном рынке. Экономические основы функционирования и медиа- активы. Социальная политика компаний.	Коллоквиум
4.	Перспективы развития мирового информационного рынка	Монополизация и концентрация мирового информационного р системе массовых коммуникаций. Перспективы развития крупнейших мировых медиа-корпораций.	Коллоквиум

2.3.3 Лабораторные занятия Не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Возникновение медиахолдингов в США: газетный концерн Эдварда Скриппса.
2. Издательская империя Уильяма Хёрста.
3. Газетный трест Руперта Мёрдока.
4. Издательский концерн Акселя Цезаря Шпрингера
5. Издательская деятельность Луи Ашетта.
6. Возникновение концерна The Thomson Group в Канаде.
7. Объединение канадских СМИ в «Саутэм инкорпорейдет»
8. Начало деятельности ИД «Коммерсант»
9. Возникновение ИД «Комсомольская правда»
10. Создание медиахолдинга «Вольная Кубань» 11. Возникновение медиахолдинга «Южный регион».
12. Начало работы медиахолдинга «Регион медиа».
13. Принципы построения медиахолдинга.
14. Мультимедийная стратегия медиахолдингов в России и за рубежом.
15. Формирование аудитории медиахолдинга.
16. Экономические условия существования медиахолдингов в США.
17. Экономические условия существования европейских медиахолдингов.
18. Экономические особенности работы медиахолдингов в России.

19. Google: история создания и развития, медиаактивы компании.
20. Asahi Shimbun Company: история создания и развития, медиаактивы компании.
21. Gannett: история создания и развития, медиаактивы компании.
22. Walt Disney Company: история создания и развития, медиаактивы компании.
23. Yomiuri Shimbun Holdings: история создания и развития, медиаактивы компании.
24. 21st Century Fox: история создания и развития, медиаактивы компании.
25. Yahoo! : история создания и развития, медиаактивы компании.
26. Comcast: история создания и развития, медиаактивы компании.
27. Globo: история создания и развития, медиаактивы компании.
28. Time Warner: история создания и развития, медиаактивы компании.
29. Fuji Media Holdings: история создания и развития, медиаактивы компании.
30. Cox Enterprises: история создания и развития, медиаактивы компании.
31. Discovery Communications: история создания и развития, медиаактивы компании.
32. BSkyB: история создания и развития, медиаактивы компании.
33. CCTV: история создания и развития, медиаактивы компании.
34. Bertelsmann: история создания и развития, медиаактивы компании.
35. 10CBS Corporation
36. Axel Springer: история создания и развития, медиаактивы компании.
37. Viacom: история создания и развития, медиаактивы компании.
38. Hearst Corporation: история создания и развития, медиаактивы компании.
39. News Corporation: история создания и развития, медиаактивы компании.
40. Mediaset: история создания и развития, медиаактивы компании.
41. Advance Publications: история создания и развития, медиаактивы компании.
42. Baidu: история создания и развития, медиаактивы компании.
43. Vivendi: история создания и развития, медиаактивы компании.
44. Microsoft: история создания и развития, медиаактивы компании.
45. Clear Channel Communications: история создания и развития, медиаактивы компании.
46. JCDecaux: история создания и развития, медиаактивы компании.
47. АО «Национальная Медиа Группа» : история создания и развития, медиаактивы компании.
48. АО «Первый Канал»: история создания и развития, медиаактивы компании.

49. ФГУП «ВГТРК»: история создания и развития, медиаактивы компании.

50. ООО «СТС Медиа»: история создания и развития, медиаактивы компании.

51. ИД Родионова: история создания и развития, медиаактивы компании.

52. ИД Совершенно секретно: история создания и развития, медиаактивы компании.

53. Возникновение и развитие медиахолдингов в США.

54. Возникновение и история развития медиа-корпораций в Великобритании, Германии и Франции.

55. Возникновение и развитие крупнейших российский медиахолдингов.

56. Региональные медиахолдинги в глобальной системе массовых коммуникаций

57. Экономические основы функционирования иностранных и российских медиахолдингов: сходства и различия.

58. Особенности работы медиахолдингов в условиях российской экономики.

59. Мультимедийная стратегия холдингов как основа экономической стабильности компании.

60. Крупнейшие издательские дома США.

61. Крупнейшие издательские дома Великобритании.

62. Крупнейшие издательские дома Германии.

63. Крупнейшие издательские дома Франции.

64. Крупнейшие издательские дома азиатских стран.

65. Крупнейшие издательские дома России.

66. Их место на современном информационном рынке.

67. Экономические основы функционирования и медиа-активы.

68. Социальная политика компаний.

69. Монополизация и концентрация мирового информационного рынка.

70. Роль медиахолдингов в системе массовых коммуникаций.

71. Перспективы развития крупнейших мировых медиа-корпораций.

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	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017. 2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 253 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-01236-1. — Режим доступа : https://biblio-online.ru/viewer/A3226321-9EF1-4DD2-A7B47E9AA9C73464/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi#page/1. 3. Кирия, И.В. Управленческий аудит медиакомпаний : учебное пособие / И.В. Кирия, В.П. Чумакова ; под общ. ред. М.В. Блиновой ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 241 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7598-1089-6 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=462715.
2	Подготовка к текущему контролю	1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работе магистрантов / сост. Кожанова В.Ю. – Краснодар: КубГУ, 2017. 2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 253 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-01236-1. — Режим доступа : https://biblio-online.ru/viewer/A3226321-9EF1-4DD2-A7B47E9AA9C73464/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi#page/1. 3. Кирия, И.В. Управленческий аудит медиакомпаний : учебное пособие / И.В. Кирия, В.П. Чумакова ; под общ. ред. М.В. Блиновой ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. - Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. - 241 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7598-1089-6 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=462715.

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,

– в форме аудиофайла,

– в печатной форме на языке Брайля.

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, – в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

При изучении дисциплины «Редакторские практики в мировых медиа» применяются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий. Если пассивные формы проведения занятий предполагают активность только со стороны преподавателя (традиционное преподнесение информации слушателям) то активные формы проведения занятий предполагают взаимодействие преподавателя и студента.

Интерактивные занятия предполагают взаимодействие не только преподавателя и студента с, но и студентов друг с другом. Это обеспечивает эффективное усвоение материала, формирование навыков работы в команде, пробуждает интерес у студентов. При изучении дисциплины применяются следующие интерактивные и активные формы (в рамках вопросов, вынесенных на занятие): коллоквиум.

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

4. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме коллоквиума и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	*Коллоквиум*	*Вопрос на экзамене 1-32*

		ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроиводства современные технологические средства и информационнокоммуникационные технологии; ПК-02 способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанровостилистические особенности		

2	Экономические основы функционирования медиахолднгов в России и за рубежом.	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроиводства современные технологические средства и информационнокоммуникационные технологии; ПК-02 способен выявлять	*Коллоквиум*	*Вопрос на экзамене 33-56*

		актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанровостилистические особенности		

3	Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроиводства современные технологические средства и информационнокоммуникационные технологии; ПК-02 способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанровостилистические особенности	*Коллоквиум*	*Вопрос на экзамене 57-103*

4	Перспективы развития мирового информационного рынка	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроиводства современные технологические средства и информационнокоммуникационные технологии; ПК-02 способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанровостилистические особенности	*Коллоквиум*	*Вопрос на экзамене 104-131*

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	**Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания**		
	пороговый	**базовый**	**продвинутый**
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено

ОПК-3. Способен анализировать	*Знает - принципы анализа потребностей общества и интересов аудитории*
многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроиводства современные технологические средства и информационнокоммуникационные технологии; ПК-02 способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанровостилистические особенности	*Умеет - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.*
	Владеет - практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для коллоквиума

Тема №1. История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов (ОПК-3, ОПК-6, ПК-02)

1. Возникновение медиахолдингов в США: газетный концерн Эдварда Скриппса.
2. Издательская империя Уильяма Хёрста.
3. Газетный трест Руперта Мёрдока.
4. Издательский концерн Акселя Цезаря Шпрингера
5. Издательская деятельность Луи Ашетта.
6. Возникновение концерна The Thomson Group в Канаде.
7. Объединение канадских СМИ в «Саутэм инкорпорейдет»
8. Начало деятельности ИД «Коммерсант»
9. Возникновение ИД «Комсомольская правда»
10. Создание медиахолдинга «Вольная Кубань» 11. Возникновение медиахолдинга «Южный регион».
12. Начало работы медиахолдинга «Регион медиа».

Тема №2. Экономические основы функционирования медиахолднгов в России и за рубежом. (ОПК-3, ОПК-6, ПК-02)

1. Принципы построения медиахолдинга.
2. Мультимедийная стратегия медиахолдингов в России и за рубежом.
3. Формирование аудитории медиахолдинга.
4. Экономические условия существования медиахолдингов в США.
5. Экономические условия существования европейских медиахолдингов.
6. Экономические особенности работы медиахолдингов в России.

Тема №3. Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии (ОПК-3, ОПК-6, ПК-02)

1. Google: история создания и развития, медиаактивы компании.
2. Asahi Shimbun Company: история создания и развития, медиаактивы компании.
3. Gannett: история создания и развития, медиаактивы компании.
4. Walt Disney Company: история создания и развития, медиаактивы компании.
5. Yomiuri Shimbun Holdings: история создания и развития, медиаактивы компании.
6. 21st Century Fox: история создания и развития, медиаактивы компании.
7. Yahoo! : история создания и развития, медиаактивы компании.
8. Comcast: история создания и развития, медиаактивы компании.
9. Globo: история создания и развития, медиаактивы компании.
10. Time Warner: история создания и развития, медиаактивы компании.
11. Fuji Media Holdings: история создания и развития, медиаактивы компании.

12. Cox Enterprises: история создания и развития, медиаактивы компании.
13. Discovery Communications: история создания и развития, медиаактивы компании.
14. BSkyB: история создания и развития, медиаактивы компании.
15. CCTV: история создания и развития, медиаактивы компании.
16. Bertelsmann: история создания и развития, медиаактивы компании.
17. 10CBS Corporation
18. Axel Springer: история создания и развития, медиаактивы компании.
19. Viacom: история создания и развития, медиаактивы компании.
20. Hearst Corporation: история создания и развития, медиаактивы компании.
21. News Corporation: история создания и развития, медиаактивы компании.
22. Mediaset: история создания и развития, медиаактивы компании.
23. Advance Publications: история создания и развития, медиаактивы компании.
24. Baidu: история создания и развития, медиаактивы компании.
25. Vivendi: история создания и развития, медиаактивы компании.
26. Microsoft: история создания и развития, медиаактивы компании.
27. Clear Channel Communications: история создания и развития, медиаактивы компании.
28. JCDecaux: история создания и развития, медиаактивы компании.
29. АО «Национальная Медиа Группа» : история создания и развития, медиаактивы компании.
30. АО «Первый Канал»: история создания и развития, медиаактивы компании.
31. ФГУП «ВГТРК»: история создания и развития, медиаактивы компании.
32. ООО «СТС Медиа»: история создания и развития, медиаактивы компании.
33. ИД Родионова: история создания и развития, медиаактивы компании.
34. ИД Совершенно секретно: история создания и развития, медиаактивы компании.

Тема№4. Перспективы развития мирового информационного рынка (ОПК-3, ОПК-6, ПК-02)

1. Возникновение и развитие медиахолдингов в США.
2. Возникновение и история развития медиа-корпораций в Великобритании, Германии и Франции.
3. Возникновение и развитие крупнейших российский медиахолдингов.
4. Региональные медиахолдинги в глобальной системе массовых коммуникаций

5. Экономические основы функционирования иностранных и российских медиахолдингов: сходства и различия.

6. Особенности работы медиахолдингов в условиях российской экономики.

7. Мультимедийная стратегия холдингов как основа экономической стабильности компании.

8. Крупнейшие издательские дома США.

9. Крупнейшие издательские дома Великобритании.

10. Крупнейшие издательские дома Германии.

11. Крупнейшие издательские дома Франции.

12. Крупнейшие издательские дома азиатских стран.

13. Крупнейшие издательские дома России.

14. Их место на современном информационном рынке.

15. Экономические основы функционирования и медиа-активы.

16. Социальная политика компаний.

17. Монополизация и концентрация мирового информационного рынка.

18. Роль медиахолдингов в системе массовых коммуникаций.

19. Перспективы развития крупнейших мировых медиа-корпораций

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Возникновение медиахолдингов в США: газетный концерн Эдварда Скриппса.

12. Издательская империя Уильяма Хёрста.

13. Газетный трест Руперта Мёрдока.

14. Издательский концерн Акселя Цезаря Шпрингера

15. Издательская деятельность Луи Ашетта.

16. Возникновение концерна The Thomson Group в Канаде.

17. Объединение канадских СМИ в «Саутэм инкорпорейдет»

18. Начало деятельности ИД «Коммерсант»

19. Возникновение ИД «Комсомольская правда»

20. Создание медиахолдинга «Вольная Кубань» 21. Возникновение медиахолдинга «Южный регион».

72. Начало работы медиахолдинга «Регион медиа».

73. Принципы построения медиахолдинга.

74. Мультимедийная стратегия медиахолдингов в России и за рубежом.

75. Формирование аудитории медиахолдинга.

76. Экономические условия существования медиахолдингов в США.

77. Экономические условия существования европейских медиахолдингов.

78. Экономические особенности работы медиахолдингов в России.

79. Google: история создания и развития, медиаактивы компании.
80. Asahi Shimbun Company: история создания и развития, медиаактивы компании.
81. Gannett: история создания и развития, медиаактивы компании.
82. Walt Disney Company: история создания и развития, медиаактивы компании.
83. Yomiuri Shimbun Holdings: история создания и развития, медиаактивы компании.
84. 21st Century Fox: история создания и развития, медиаактивы компании.
85. Yahoo! : история создания и развития, медиаактивы компании.
86. Comcast: история создания и развития, медиаактивы компании.
87. Globo: история создания и развития, медиаактивы компании.
88. Time Warner: история создания и развития, медиаактивы компании.
89. Fuji Media Holdings: история создания и развития, медиаактивы компании.
90. Cox Enterprises: история создания и развития, медиаактивы компании.
91. Discovery Communications: история создания и развития, медиаактивы компании.
92. BSkyB: история создания и развития, медиаактивы компании.
93. CCTV: история создания и развития, медиаактивы компании.
94. Bertelsmann: история создания и развития, медиаактивы компании.
95. 10CBS Corporation
96. Axel Springer: история создания и развития, медиаактивы компании.
97. Viacom: история создания и развития, медиаактивы компании.
98. Hearst Corporation: история создания и развития, медиаактивы компании.
99. News Corporation: история создания и развития, медиаактивы компании.
100. Mediaset: история создания и развития, медиаактивы компании.
101. Advance Publications: история создания и развития, медиаактивы компании.
102. Baidu: история создания и развития, медиаактивы компании.
103. Vivendi: история создания и развития, медиаактивы компании.
104. Microsoft: история создания и развития, медиаактивы компании.
105. Clear Channel Communications: история создания и развития, медиаактивы компании.
106. JCDecaux: история создания и развития, медиаактивы компании.
107. АО «Национальная Медиа Группа» : история создания и развития, медиаактивы компании.
108. АО «Первый Канал»: история создания и развития, медиаактивы компании.

109. ФГУП «ВГТРК»: история создания и развития, медиаактивы компании.

110. ООО «СТС Медиа»: история создания и развития, медиаактивы компании.

111. ИД Родионова: история создания и развития, медиаактивы компании.

112. ИД Совершенно секретно: история создания и развития, медиаактивы компании.

113. Возникновение и развитие медиахолдингов в США.

114. Возникновение и история развития медиа-корпораций в Великобритании, Германии и Франции.

115. Возникновение и развитие крупнейших российский медиахолдингов.

116. Региональные медиахолдинги в глобальной системе массовых коммуникаций

117. Экономические основы функционирования иностранных и российских медиахолдингов: сходства и различия.

118. Особенности работы медиахолдингов в условиях российской экономики.

119. Мультимедийная стратегия холдингов как основа экономической стабильности компании.

120. Крупнейшие издательские дома США.

121. Крупнейшие издательские дома Великобритании.

122. Крупнейшие издательские дома Германии.

123. Крупнейшие издательские дома Франции.

124. Крупнейшие издательские дома азиатских стран.

125. Крупнейшие издательские дома России.

126. Их место на современном информационном рынке.

127. Экономические основы функционирования и медиа-активы.

128. Социальная политика компаний.

129. Монополизация и концентрация мирового информационного рынка.

130. Роль медиахолдингов в системе массовых коммуникаций.

131. Перспективы развития крупнейших мировых медиа-корпораций.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

ОПК-3, ОПК-6, ПК-02

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

Итоговой формой контроля форсированности компетенций у обучающихся по дисциплине «Редакторские практики в мировых медиа» является зачет. Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов и задач к зачету по дисциплине.

Зачет по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения зачета: устно.

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи зачета заноситься преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки знаний – это требования (признаки), на которые следует ориентироваться при оценке знаний. Так как основным видом проверки знаний и умений студентов по дисциплине является устный опрос на коллоквиуме, а также в форме экзамена, то критериями устного ответа будут выступать следующие качества знаний: полнота – количество знаний об изучаемом объекте, входящих в программу; глубина – совокупность осознанных знаний об объекте; конкретность – умение раскрыть конкретные проявления обобщённых знаний (доказать на примерах основные положения); системность – представление знаний об объекте в системе, с выделением структурных еѐ элементов, расположенных в логической последовательности; развѐрнутость – способность развернуть знания в ряд последовательных шагов; осознанность – понимание связей между знаниями, умение выделить существенные и несущественные связи, познание способов и принципов получения знаний.

Ответ студента по вопросу дисциплины оценивается:

- оценка «зачтено» выставляется за: умение извлекать основную, полную и необходимую информацию из литературы, умение читать и понимать тексты по специальности, умение понимать причинно-следственные связи.

- оценка «не зачтено» выставляется за: неспособность выявить понятия, отсутствие навыков изучающего, просмотрового и поискового чтения, неумение оперировать профессионально-ориентированной терминологией, отсутствие навыков монологической речи. 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.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания дискуссионных тем для коллоквиума

Студенты обязаны проявить активность в 4 Коллоквиумах по предложенным вопросам, в соответствии с расписанием и учебным планом. Коллоквиум является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части.

Итогом Коллоквиума по прослушанному курсу должен оцениваться по следующим параметрам:

- оценка «зачтено»: развернутое понимание вопроса (проблемы); полное знание материала по программе, а также знание рекомендованной литературы.

- оценка «не зачтено»: В целом правильное понимание вопроса; в то же время присутствует неполная характеристика предмета ответа и некоторых относящихся к нему понятий; отмечаются поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; присутствуют затруднения с использованием научнопонятийного аппарата и терминологии курса, малоактивная работа на практических занятиях.

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

5.1 Основная литература:

1. 1. Современный медиахолдинг: формы существования и проблемы институционализации [Электронный ресурс]: монография / отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — Электрон. дан. — Москва: ФЛИНТА, 2018. — 504 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/105179/#1. — Загл. с экрана.

2. Блинова, М.В. Энциклопедия мировой индустрии СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.В. Блинова, Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский, В.Л. Иваницкий. — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2018. — 464 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/68803/#1

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ [Электронный ресурс]

:

учебное пособие / С.М. Гуревич. — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 296 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/68809/#1. — Загл. с экрана.

2. Кирия, И.В. Управленческий аудит медиакомпаний: учебное пособие / И.В. Кирия, В.П. Чумакова; под общ. ред. М.В. Блиновой; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017.

- 241 с.: ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7598-1089-6; То же [Электронный ресурс].

- URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=462715. 3. Титова, В.А. Управление маркетингом: учебное пособие / В.А. Титова, М.Е. Цой, Е.В. Мамонова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск: НГТУ, 2019. - 468 с.: табл., граф., схем., ил. - (Учебники НГТУ). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-57782-2071-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436286

5.3. Периодические издания: Не требуются.

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

При изучении дисциплины необходимо руководствоваться учебниками и учебными пособиями. Форма и способы изучения материала определяются с учетом специфики изучаемой темы. Однако во всех случаях необходимо обеспечить сочетание изучения теоретического материала, научного толкования того или иного понятия, даваемого в учебниках и лекциях, с самостоятельной работой студентов, подготовкой сообщений и докладов.

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 «Редакторские практики в мировых медиа» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорскопреподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы; -

проведение практических занятий в виде коллоквиумов.

Практические занятия (ПЗ).

Для практических занятий по дисциплине характерно сочетание теории с выполнением практических заданий. Занятия такого типа проводятся в форме коллоквиумов по трем существенным темам курса. Преподаватель заранее раздает темы и проблемные вопросы для обсуждения, также заранее предоставляется список рекомендуемой литературы. В ходе коллоквиума студенты выступают с сообщениями (не более 6-8 минут) и выражают свою точку зрения на заданный проблемный вопрос. В аудитории обсуждается доклад, задаются вопросы выступающему. Преподаватель регулирует обсуждения, задавая наводящие вопросы, корректируя неправильные ответы (важно, чтобы преподаватель не вмешивался напрямую в ход обсуждения, не навязывал собственную точку зрения)

После обсуждения всех предложенных вопросов преподаватель подводит общие итоги коллоквиума.

Подготовка к коллоквиуму заключается в подробном изучении конспекта лекции, рекомендованной учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать. Активное участие в работе коллоквиума 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 коллоквиуме способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов, судебной практики или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, 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.

Время на подготовку к практическим занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

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 мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и

интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

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.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Редакторские практики в мировых медиа» используются информационные технологии, охватывающие ресурсы (компьютеры, программное обеспечение и Сети), необходимые для управления информацией (создание, хранение, управление, передача и поиск информации):

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (ноутбук, проектор, экран, USBнакопители и т.п.);
- коммуникационные средства (проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты, личного кабинета студента и преподавателя);
- организационно-методическое обеспечение (электронные учебные и учебно-методические материалы, компьютерное тестирование, использование электронных мультимедийных презентаций при проведении лекционных и практических занятий);
- программное обеспечение (Microsoft Office (Excel, Word и т.д.), Skype, поисковые системы, электронная почта и т.п.).

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Desktop Education ALNG LicSAPk MVL – Пакет ПО «Платформа для настольных компьютеров» в рамках соглашения с правообладателем Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Артикул правообладателя Microsoft Desktop Education ALNG LicSAPk MVL Pre2017EES A Faculty EES, код 2UJ-00001:

Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017.

Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018.

Microsoft Visio – Векторный редактор для создания диаграмм и схем (Microsoft). Артикул правообладателя Visio Professional ALNG LicSAPk MVL EES. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510:

Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017.

Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018 от 06.11.2018.

Microsoft Office 365 Professional Plus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002.

Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

Microsoft Office 365 Professional Plus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)/
1. Вузовская электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе

национального цифрового ресурса «РУКОНТ»(http://rucont.ru)

2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн. Ресурс содержит электронные издания по истории, философии, культурологии, психологии, социологии, религии, искусствоведению, филологическим наукам, политологии, правоведению, экономике, естественным наукам, информационным технологиям, а также художественной литературе. Базы данных ресурса содержат справочники, словари, энциклопедии, иллюстрированные издания по искусству на русском, немецком и английском языках. (http://www.biblioclub.ru)Электронно-библиотечная система «Образовательные и просветительские издания» (http://www.iqlib.ru)
3. Сайт, где представлены различные словари и энциклопедии (http://slovari.yandex.ru)
4. Электронно-библиотечная система "Лань" [Официальный сайт] –URL: https://e.lanbook.com/
5. Электронная библиотека "Юрайт" [Официальный сайт] – URL: https://www.biblio- online.ru/
6. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» [Официальный сайт] – URL: http://www.znanium.com/
7. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» [Официальный сайт] – URL: https://www.book.ru

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, аудитория для проведения семинарских (практических занятий, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций) ауд. №409	*Комплект учебной мебели, доска учебная, комплект переносного мультимединого оборудования с выходм в Интернет* Microsoft Desktop Education ALNG LicSAPk MVL – Пакет ПО «Платформа для настольных компьютеров» в рамках соглашения с правообладателем Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Артикул правообладателя Microsoft Desktop Education ALNG LicSAPk MVL Pre2017EES A Faculty EES, код 2UJ-00001: Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. Microsoft Visio – Векторный редактор для создания диаграмм и схем (Microsoft). Артикул правообладателя Visio Professional ALNG LicSAPk MVL EES. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510: Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017.
	Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018 от 06.11.2018.

	Microsoft Office 365 Professional Plus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018. Microsoft Office 365 Professional Plus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptionsVolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.
Аудитория для лабораторных занятий, аудитория для курсового проектирования, аужитория для групповых и индивидуальных консультаций, аудитория для самостоятельной работы обучающихся (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7) ауд. № 307	Аудитория для лабораторных занятий, аудитория для курсового проектирования, аужитория для групповых и индивидуальных консультаций, аудитория для самостоятельной работы обучающихся (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7) ауд. № 307

Учебная аудитория для самостоятельной работы обучающихся (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7) ауд. №301 Учебная аудитория для самостоятельной работы обучающихся (350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7ауд. №310	*Учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета* Microsoft Desktop Education ALNG LicSAPk MVL – Пакет ПО «Платформа для настольных компьютеров» в рамках соглашения с правообладателем Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Артикул правообладателя Microsoft Desktop Education ALNG LicSAPk MVL Pre2017EES A Faculty EES, код 2UJ-00001: Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. Microsoft Visio – Векторный редактор для создания диаграмм и схем (Microsoft). Артикул правообладателя Visio Professional ALNG LicSAPk MVL EES. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510: Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018 от 06.11.2018. Microsoft Office 365 Professional Plus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.
	Microsoft Office 365 Professional Plus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptionsVolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.