


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
« 30 » 05 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.11 Бизнес-модели СМИ

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) / специализация Международная проблематика

Форма обучения очная

Квалификация магистр

Краснодар 2023

Рабочая программа дисциплины Б1.О.11 Бизнес-модели СМИ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности

42.04.02 – «Журналистика», профиль «Международная проблематика»
код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

Безрукавая М.В., д.ф.н., доц.

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



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.11 Бизнес-модели СМИ утверждена на заседании кафедры (*разработчика*) истории и правового регулирования массовых коммуникаций

протокол № № 10 « 18 » 05 2023 г

Заведующий кафедрой (*разработчика*) Лучинский Ю.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 11-23 « 25 » 05 2023 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

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

Шахова О.В., главный редактор «Комсомольская правда на Кубани»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины «Бизнес-модели СМИ» - является предоставление комплекса знаний и навыков о технологии создания и дальнейшем оптимальном функционировании предприятия (фирмы) массмедиа в рамках одноименной отрасли национальной экономики России.

1.2 Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с технологией создания предприятия массмедиа;
- изучить экономические составляющие «бизнес-моделей»;
- провести сравнительный анализ бизнес-моделей крупнейших российских медиахолдингов.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы Дисциплина «Бизнес-модели СМИ» относится к части, формируемой участниками обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина основывается на положениях таких дисциплин как «Жанровая динамика в мировых СМИ», «Редакторские практики в мировых медиа» и «Национальные медиасистемы в глобальном мире». В свою очередь дисциплина является предшествующей следующим дисциплинам: "Конфликтология и СМИ", "Политические процессы в современном медиа", "Медиаэтика".

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:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
ИОПК-4.1. Определяет потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Знает принципы и анализа потребностей общества интересов аудитории
	Умеет прогнозировать спрос аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	Владеет навыками определения потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ИОПК-4.2. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, удовлетворяющие потребностям общества и интересам аудитории	Знает особенности создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	Умеет определять потребности общества и интересы аудитории
	Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов,

	удовлетворяющих потребностям общества и интересам аудитории
ПК-2 Способен анализировать результаты деятельности подразделений организации, опираясь на установленные контакты с внешней средой (В/03.7, В/04.7)	
ИПК-2.1. Использует особенности и критерии анализа результатов деятельности	Знает особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации
Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации	Умеет отслеживать актуально значимые события и их отражение в функционировании подразделений организации Владеет навыками использования особенностей и критерий анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации
ИПК-2.2. Способен к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой	Знает принципы научного анализа и синтеза при обработке полученных данных
	Умеет устанавливать контакты с внешней средой
	Владеет способностью к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице для студентов ОФО

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		3 семестр (часы)	X семестр (часы)	X семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	24,3				
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия		12			
практические занятия		12			
семинарские занятия					
Указываются виды работ в соответствии с учебным планом					
Иная контактная работа:					

Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:	57				
Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)					
Контрольная работа					
Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)					
Реферат/эссе (подготовка)		6			
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)		41			
Подготовка к текущему контролю		10			
Контроль:	26,7				
Подготовка к экзамену		26,7			
Общая трудоемкость	час.	108			
	в том числе контактная работа	24,3			
	зач. ед	3			

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (2 курса) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов	18		2	4	12
2.	Экономические основы функционирования медиахолдингов в России и за рубежом.	16		4	2	10
3.	Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии	18		4	2	12
4.	Практика саморедактирования переводов текстов СМИ	19		2	4	13
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71		12	12	47
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	26,7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3		0,3		
	Подготовка к текущему контролю	10		10		

	Общая трудоемкость по дисциплине	108				
--	----------------------------------	-----	--	--	--	--

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 Не

предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Бизнес-модели современных медиа-компаний	Исторические типы бизнес-моделей в медиа Концепция бизнес-моделей. Структура бизнес-моделей. Типологизации бизнес-моделей в медиа.	Дискуссия, реферат
2.	Экономические основы функционирования медиахолдингов в России и за рубежом.	Экономические особенности работы медиахолдингов в России. Базовая бизнесконцепция СМИ и основные стратегии ее воплощения. Компетенции в процессе моделирования масс-медиа. Соотношение экономических и неэкономических факторов при моделировании масс-медиа.	Круглый стол
3.	Состав коммуникации и бизнес-модели	Оценка расходов и доходов. Метамоделирование. Новые типы бизнес-моделей .Бизнес-модель как инструмент Инструменты бизнес-моделирования Типы paywall.	Дискуссия, реферат
4.	Бизнес-моделирование онлайн СМИ	Видеотекст. Платный интернет. Бесплатные Web-услуги. Рекламный интернет. Общие и индивидуальные порталы. Многоцелевые порталы.	Дискуссия

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов) 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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций, в том числе по организации самостоятельной работы студентов, утвержденные кафедрой истории и правового регулирования массовых коммуникаций, протокол №10 от 31.03.2021 г.
	к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	Методические рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям по дисциплине «Инновационные медиапроекты в Интернете», утвержденные кафедрой истории и правового регулирования массовых коммуникаций, протокол №10 от 31.03.2021 г.

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, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

При реализации различных видов учебной работы в рамках дисциплины «Бизнес модели СМИ» используются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий - регламентированная дискуссия, реферат.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация

консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме вопросов для устного опроса по теме и материалы для выполнения творческого задания и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИОПК-4.1. Определяет потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Знает принципы и анализа потребностей общества интересов аудитории Умеет прогнозировать спрос аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты Владеет навыками определения потребностей общества и интересов аудитории в целях	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме 1,2 л	Вопрос на экзамене 1-18
		прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты		
	ИОПК-4.2. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, удовлетворяющие потребностям общества и интересам аудитории	Знает особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации Умеет отслеживать актуально значимые события и их отражение в функционировании подразделений организации	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме 3	Вопрос на экзамене 19-37

2		Владеет навыками использования особенностей и критерий анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации		
3	ИПК-02.1. Использует особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации	Знает особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации Умеет отслеживать актуально значимые события и их отражение в функционировании подразделений организации Владеет навыками использования особенностей и критерий анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме 4	Вопрос на экзамене 38-70
4	ИПК-02.2. Способен к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой	Знает принципы научного анализа и синтеза при обработке полученных данных Умеет устанавливать контакты с внешней средой Владеет способностью к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой	Вопросы для устного (письменного) опроса по теме 4	Вопрос на экзамене 38-70

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 дискуссии по теме
«Бизнес-модели современных медиа-компаний»

1. Что такое «бизнес-модель»,
2. Зачем нужны бизнес-модели?
3. Из чего состоит бизнес-модели?
4. Как применяется бизнес-модель?
5. Какие исторические типы бизнес-моделей вы знаете? 6. Какие типологизации бизнес-моделей в медиа вы знаете?

Вопросы для дискуссии по теме
«Состав коммуникации и бизнес-модели»

1. Из чего состоят расходы издания?
2. Из чего состоят доходы издания?
3. Объясните смысл формулы доходов издания.
4. Дайте характеристику любым двум компонентам формулы доходов.
5. Что произойдет, если их изменить поодиночке? Вместе?
6. Назовите три сайта с paywall. К каким типам paywall они относятся?
7. Опишите вызовы, стоящие перед издателями, проводящими стратегию «mobile first» в отношении платного контента.

Вопросы для дискуссии по теме «Бизнес-моделирование
онлайн СМИ»

1. Что значит модель «видеотекст»?
2. Какая история платного интернета для всеобщего доступа?
3. Как появилась всемирная паутина и как она повлияла на СМИ?
4. Что такое «рекламная паутина»?
5. Какая бизнес-модель порталов?
6. Что такое «многоцелевые порталы»?

Примерные темы для рефератов

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. JCDcaux: 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.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен) 1.

Исторические типы бизнес-моделей в медиа

2. Концепция бизнес-моделей.
3. Структура бизнес-моделей.
4. Типологизации бизнес-моделей в медиа.
5. Экономические особенности работы медиахолдингов в России.
6. Базовая бизнес-концепция СМИ и основные стратегии ее воплощения.
7. Компетенции в процессе моделирования масс-медиа.
8. Соотношение экономических и неэкономических факторов при моделировании масс-медиа.
9. Оценка расходов и доходов.
10. Метамоделирование.
11. Новые типы бизнес-моделей
12. Бизнес-модель как инструмент
13. Инструменты бизнес-моделирования
14. Типы paywall..
15. Видеотекст как онлайн бизнес-модель.
16. Платный интернет как онлайн бизнес-модель.
17. Бесплатные Web-услуги как онлайн бизнес-модель.
18. Рекламный интернет как онлайн бизнес-модель.
19. Общие и индивидуальные порталы как онлайн бизнес-модель.
20. Многоцелевые порталы как онлайн бизнес-модель.

21. Газетный трест Руперта Мёрдока.
22. Издательский концерн Акселя Цезаря Шпрингера
23. Издательская деятельность Луи Ашетта.
24. Возникновение концерна The Thomson Group в Канаде.
25. Объединение канадских СМИ в «Саутэм инкорпорейдет»
26. Начало деятельности ИД «Коммерсант»
27. Возникновение ИД «Комсомольская правда»
28. Создание медиахолдинга «Вольная Кубань» 29. 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. JCDcaux: 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 российских 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.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

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. Варганова, А.В. Вырковский, В.Л. Иваницкий. — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2013. — 464 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/68803/#1>

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com

5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;

11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
 2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
 3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
 4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
 5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>
6. **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Процесс самостоятельной работы (СР) по дисциплине (модулю) «Бизнес модели СМИ» проводится в виде самоподготовки магистрантов по каждому из указанных разделов дисциплины. В процессе самоподготовки происходит проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям. Срок выполнения – в течение семестра. Форма контроля – экзамен. 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 «Бизнес модели СМИ» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: семинарское и лабораторное занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- проведение практических занятий, - проведение лабораторных 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.

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.

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 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 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 лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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.

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. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ.	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения

<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)</p>	<p>Мебель: учебная мебель</p> <p>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы</p> <p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301)</p>	<p>Мебель: учебная мебель</p> <p>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы</p>	
	<p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	