

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)



УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебно-методической работе
/Печурина Г.Г./
_____ 2020г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАРЫНОК**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Бренд-менеджмент и маркетинг
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная

факультет Технологии и дизайна
кафедра: Экономики и управления

курс, семестр	1 курс, 1 семестр		
Лекции	14 час./0,39 з.е.	(6 час.*)	Экзамен 1 семестр
Практические занятия	14 час./0,39 з.е.	(8 час.*)	Зачет - семестр
Лабораторные занятия	- час./- з.е.		
Самостоятельная работа	53 час./1,47 з.е.		
Контроль	27 час./0,75 з.е.		
Всего	108 час./3 з.е.		
В т.ч.в интер. форме	(14 час.)		

Рецензия
на рабочую программу дисциплины
Современный медиарынок
основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 38.04.02 Менеджмент,
программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» дисциплина изучается в рамках вариативной части подготовки академической магистратуры.

Разработчиком рабочей программы дисциплины (РПД) является доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотносятся с общими целями основной образовательной программы (ООП), в том числе: - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ООП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (ОК-2, ПК-5, ПК-6): - по ФГОС ВО по направлению(ям), - по ООП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённое на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; - методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий.	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: <i>(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)</i>	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: <i>участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее</i>	Нет

РПД «Современный медиарынок» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» в представленном виде.

Рецензент:
канд.экон.наук, доц.



А.М. Варакса

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, уровень высшего образования – магистратура, направление подготовки 38.04.02 Менеджмент – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 № 322.

2. Базовый учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент».

3. Образовательная программа. Направление: 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг», набор 2020г. (очно-заочная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:

канд. экон. наук, доц.



О.А. Сапрыкина

Рецензент:

канд. экон. наук, доц.



А.М. Варакса

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от 28.08.2020 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ

доц., канд.экон.наук



О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД

доц., канд.техн.наук



Е.В. Арчинова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт процесса - аннотация	4
2 Место дисциплины в структуре ООП магистратуры	6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины «Современный медиарынок»	8
4 Структура и содержание учебной дисциплины	9
5 Образовательные технологии.....	13
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы, оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Современный медиарынок»	14
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	18
8 Условия реализации программы дисциплины	21
9 Учебно-методическая карта дисциплины	23
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2020/2021 учебный год	24
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год	25
Приложение А.....	26

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА - АННОТАЦИЯ

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.02.02	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современный медиарынок»
<p>Определение процесса: процесс преподавания дисциплины «Современный медиарынок» для студентов очно-заочной формы обучения направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</p>		<p>Цель процесса: выполнение требований ФГОС ВО и формирование теоретических и практических знаний в области экономического функционирования современного медиарынка и общей системы СМИ, о современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, экономики различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ)</p>
<p>Владелец процесса: кафедра Экономики и управления</p>		<p>Ответственный руководитель процесса: доц., канд. экон. наук Сапрыкина О.А.</p>
<p>Входы процесса: студенты и знания, полученные студентами при изучении дисциплин бакалавриата и специалитета.</p>		<p>Выходы процесса: Перечень частных компетенций (в виде знаний, умений и навыков), полученных в ходе освоения разделов и тем дисциплины в рамках общих компетенций: <u>знать:</u> – сущность и принципы экономического функционирования медиарынка; – основные виды медиапредприятий; – основные модели развития предприятий различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ); <u>уметь:</u> – определять особенности и перспективы ведения конкретного вида медиабизнеса в условиях современного состояния медиарынка в России и регионе; – использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; – ставить цели и формулировать задачи, связанные с управлением медиапредприятия; <u>владеть:</u> – приемами и навыками анализа медиарынков с использованием различных аналитических инструментов; – навыками разработки концепции развития медиапредприятия с учетом состояния медиарынка; – навыками прогнозирования возможных эффектов в медиаиндустрии, следуя</p>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.02.02	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современный медиарынок»
		принципам социальной ответственности
Требования к входам процесса: Соответствие требованиям ФГОС ВО, компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины.		Требования к выходам процесса: Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО). Выпускник должен обладать: - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2); - владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5); - способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6).
Поставщики процесса: Кафедра Экономики и управления		Потребители процесса: Студенты 1 курса очно-заочной формы обучения магистратуры и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: - ФГОС ВО - рабочий учебный план - рабочая программа по дисциплине - порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (экзамен)		Основные ресурсы: 3 з.е (108 часа): ЛК-14 час., ПЗ-14 час., СРС-53 час., контроль – 27 час.
Контролируемые параметры процесса: участие в аудиторной работе, выполнение индивидуального задания, выполнение практических работ, самостоятельная работа		Методы измерения параметров процесса: рейтинг, защита практических работ, защита индивидуального задания, устный опрос, экзамен
Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок; рейтинг, обеспечивающий допуск к экзамену		Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Современный медиарынок» входит в вариативную часть преподаваемых дисциплин.

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип (особенность)	Содержание
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1 модуль Медиарынок как сектор экономики и индустрия производства 2 модуль Медиарынок как институт демократии и институт свободного времени
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Современный российский медиарынок, медиарынки как отраслевые рынки: элементы теории отраслевых рынков, понятие отраслевого рынка; типология медиарынка: классификация отраслевых рынков по типу, по временным основаниям; структура отраслевого рынка; необходимость государственного регулирования медиарынков; основные практические инструменты рекламы и PR в соответствии с обозначенной сферой или отраслью; инструменты рекламы и PR в коммерческом секторе экономики; оценка эффективности рекламы и PR в соответствии с обозначенной сферой или отраслью; специфика социальной рекламы как рекламы социальных проблем современного общества; особенности политического PR и политической рекламы; инструменты рекламы и PR некоммерческого сектора экономики; спонсорство, благотворительность, фандрайзинг.
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: - Управление маркетингом; - Организация рекламных и PR компаний; - Бренд-менеджмент и маркетинг; - Рекламные продукты и услуги; - Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков); - Преддипломная практика; - Государственная итоговая аттестация.
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: - Нормы в журналистской деятельности. Этика. Правовые нормы журналистики; - Медиарынки как отраслевые рынки. Понятие отраслевых рынков; - Типология медиарынков; - Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы. Маркетинговый подход к исследованию; - Место и роль СМИ в обществе; - Современные тенденции развития медиарынка в России; - Экономическая медиapolитика зарубежных стран;

Принцип (<i>особенность</i>)	Содержание
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных «точек» контроля	Промежуточный контроль; рейтинг, защита практических работ, защита индивидуального задания, устный опрос, экзамен
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, графический редактор Point и другие – как средство оформления документации.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАРЫНОК»

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Современный медиарынок» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

После изучения дисциплины обучающийся будет:			
№	Описание	Ссылка на компетенции	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знать			Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания; - экзамен
1	Сущность и принципы экономического функционирования медиарынка	ОК-2, ПК-5, ПК-6	
2	Основные виды медиапредприятий		
3	Основные модели развития предприятий различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ)		
Уметь			
4	Определять особенности и перспективы ведения конкретного вида медиабизнеса в условиях современного состояния медиарынка в России и регионе	ОК-2, ПК-5, ПК-6	
5	Использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований		
6	Ставить цели и формулировать задачи, связанные с управлением медиапредприятием		
Владеть			
7	Приемами и навыками анализа медиарынков с использованием различных аналитических инструментов	ОК-2, ПК-5, ПК-6	
8	Навыками разработки концепции развития медиапредприятия с учетом состояния медиарынка		
9	Навыками прогнозирования возможных эффектов в медиаиндустрии, следуя принципам социальной ответственности	ОК-2, ПК-5, ПК-6	

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(Выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость							Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам		
		в часах					в ЗЕ			1 курс		
		с преподавателями			СРС	К	Всего	1 сем.		1 сем.		
экз.	зач.	аудиторные занятия										
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	-	14	14	-	28	53	27	108	3	ЛК	14	-
										ПЗ	14	-
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся					Формы текущего контроля успеваемости
		трудоемкость					
		в часах				в з.е	
ЛК	ЛБ	ПЗ	СР				
1	Медиарынок как сектор экономики и индустрия производства	8	-	8	30	1,28	- устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания.
2	Медиарынок как институт демократии и институт свободного времени	6	-	6	23	0,97	
	Контроль	27				0,75	Итоговый контроль - экзамен
	Итого по дисциплине	14		14	80	3,0	

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час.	Ссылки на цели
1	Медиарынок как сектор экономики и индустрия производства	ЛК-1	Введение в дисциплину. Современный российский медиарынок.	1	1-9
		ЛК-2	Медиарынки как отраслевые рынки: элементы теории отраслевых рынков, понятие отраслевого рынка	1	1-9
		ЛК-3	Типология медиарынка: классификация отраслевых рынков по типу, по временным основаниям. Структура отраслевого рынка. Необходимость государственного регулирования медиарынков	2	1-9
		ЛК-4	Основные практические инструменты рекламы и PR в соответствии с обозначенной сферой или отраслью	2	1-9
		ЛК-5	Инструменты рекламы и PR в коммерческом секторе экономики	1	1-9
		ЛК-6	Оценка эффективности рекламы и PR в соответствии с обозначенной сферой или отраслью	1	1-9
	Самостоятельное изучение	СИ-1	История медианосителей и технологий медиа	10	1-9
		СИ-2	Рыночные механизмы медиабизнеса	10	1-9
		СИ-3	Маркетинговые исследования в медиасфере	10	1-9
Промежуточный контроль		Устный опрос, защита ПЗ			
Итого по разделу 1			∑8/30		
2	Медиарынок как институт демократии и институт свободного времени	ЛК-7	Специфика социальной рекламы как рекламы социальных проблем современного общества.	2	1-9
		ЛК-8	Особенности политического	2	1-9

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час.	Ссылки на цели
			PR и политической рекламы.		
		ЛК-9	Инструменты рекламы и PR некоммерческого сектора экономики. Спонсорство, благотворительность, фандрайзинг.	2	1-9
	Самостоятельное изучение	СИ-4	Коммуникации в медиаиндустрии: акторы, технологии, тренды	8	1-9
		СИ-5	Медиапотребление в России: цифровой разрыв	8	1-9
		СИ-6	Социальные исследования медиа: теории медиаэкологии и информационного общества	7	1-9
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуального задания		
Итого по разделу 2				∑6/23	
Итого по дисциплины				∑14/53	
Итоговый контроль - экзамен				27	
В интерактивной форме обучения				6	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на цели	Тема дисциплины	№ занятия	Объем, час	Содержание
1-9	Нормы в журналистской деятельности. Этика. Правовые нормы журналистики	ПЗ-1	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах, подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
1-9	Медиарынки как отраслевые рынки. Понятие отраслевых рынков	ПЗ-2	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах, подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
1-9	Типология медиарынков	ПЗ-3	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах,

Ссылки на цели	Тема дисциплины	№ занятия	Объем, час	Содержание
				подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
1-9	Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы. Маркетинговый подход к исследованию	ПЗ-4	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах, подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
1-9	Место и роль СМИ в обществе	ПЗ-5	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах, подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
1-9	Современные тенденции развития медиарынка в России	ПЗ-6	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах, подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
1-9	Экономическая медиаполитика зарубежных стран	ПЗ-7	2	Обсуждение, дискуссии, выполнение индивидуальных заданий, работа в группах, подготовка докладов (с презентацией); составление глоссария по теме практического занятия
Итого по дисциплине			14	
В интерактивной форме обучения			8	

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (проект) – не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности магистров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
Дискуссия	х		
IT-методы	х	х	х
Командная работа		х	х
Опережающая СРС			х
Проблемное обучение			х
Разбор конкретных ситуаций	х		
Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты			х

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

– теоретический материал дисциплины изучается на лекциях (с использованием мультимедиа);

– самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием интернет-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;

– закрепление теоретического материала при выполнении практических работ с использованием коллаборативных технологий, выполнение проблемно-ориентированных заданий, разбор конкретных ситуаций, тестирование

**6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ, ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ
ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАРЫНОК»**

6.1 Компетентностные характеристики обучающегося

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг», (степенью) «магистр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями (представлены в таблице 6.1). Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Современный медиарынок»

Индекс*	Наименование компетенции*	Содержание компетенции*	Технологии формирования	Форма оценочного средства ***
ОК-2	Общекультурные	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	ЛК ПЗ СРС	Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания; - экзамен.
ПК-5	Профессиональные	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде		
ПК-6		способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями		

Таблица 6.2 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-2	Собеседование
2	Подготовка к выполнению и защита практических заданий	1-2	Собеседование, защита ПЗ
3	Выполнение индивидуального задания	1-2	Защита индивидуального задания

На самостоятельную работу выделяется 53 часов.

6.2 Формы контроля

Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Защита практических заданий

К-2 Защита индивидуального задания

К-3 Балльно-рейтинговая система - БРС

К-4 Экзамен по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2).

6.3 Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Медиарынок и его значение в общественной жизни.
2. Понятие медиарынка в экономических и общественных науках.
3. Теоретические подходы к исследованию медиарынка как социально-экономического явления: теория отраслевых рынков.
4. Теоретические подходы к исследованию медиарынка как социально-экономического явления: социология рынков.
5. Теоретические подходы к исследованию медиарынка как социально-экономического явления: маркетинговый анализ рынков.

6. Нормы в журналистской деятельности. Этика. Журналистская этика.
7. Правовые нормы журналистики. Профессиональные этические нормы журналистики.
8. Три вида творчества в журналистике.
9. Организационно-управленческое творчество редактора.
10. Организаторская деятельность журналистов.
11. Медиарынки как отраслевые рынки.
12. Классификация отраслевых медиарынков: по типу, по временным основаниям.
13. Структура отраслевого медиарынка.
14. Государственное регулирование отраслевых медиарынков.
15. Качественные и количественные методы исследования СМИ.
16. Аналитико-документальные опросные методы исследования СМИ.
17. Статистический анализ медиаиздания.
18. Мониторинговый анализ содержания СМИ: мониторинг печатных материалов.
19. Метод экспертной оценки для исследования медиарынка.
20. Методы статистической обработки данных при анализе медиарынков.
21. Анализ построения трендов в развитии медиарынков.
22. Маркетинговый подход к исследованию рынков.
23. Маркетинговый анализ медиарынков.
24. Использование инструментов стратегического маркетинга в анализе медиарынков.
25. Примеры использования стратегического маркетинга в практике российских СМИ.
26. Место и роль СМИ в обществе.
27. Роль журналистики в жизни общества и влияние СМИ на общественное сознание.

28. Понятие глобальной информации. Формирование СМИ в ментальности общества.

29. Тенденции изменения в экономической, политической, социальной и духовной сфер общества.

30. Аспекты, связанные с основными функциями СМИ.

31. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ.

32. Формирующийся кластер индустрии содержания.

33. Парадокс разнообразия СМИ.

34. Современные тенденции развития журнального и газетного рынка в России.

35. Типология современных российских печатных периодических изданий.

36. Изменение в структуре и характере печатных изданий.

37. Современные подходы к структуре и формированию изданий.

38. Российский рынок периодической печати.

39. Экономическая медиаполитика зарубежных стран.

40. Определение медиаэкономики.

41. Ключевые понятия медиаэкономики.

42. Параметры экономики СМИ.

43. СМИ как рынок товаров и услуг.

44. Конкуренция СМИ на рынке содержания.

45. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени.

6.4 Примерная форма экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ, ДИЗАЙН, ИСКУССТВО)»**
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №01
По дисциплине: Современный
медиарынок
Курс 1, семестр 1
Направление: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Бренд-
менеджмент и маркетинг
Факультет: ТиД

1. Нормы в журналистской деятельности. Этика. Журналистская этика.
2. Роль журналистики в жизни общества и влияние СМИ на общественное сознание.
3. Аспекты, связанные с основными функциями СМИ.

Составил: доц., канд.экон.наук, зав. кафедрой ЭиУ Сапрыкина О.А.
Утвердил: декан ФТиД Арчинова Е.В.
Утв. кафедрой ЭиУ, прот.№1 от 28.08.2020

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Современный медиарынок» представлена в таблице 7.1.

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения задания по дисциплине «Современный медиарынок» обучающиеся используют широкий арсенал программных продуктов: MS Word, MS Excel, MS Power Point и т.д., а также иные ресурсы: приложения для онлайн-работы с файлами: GOOGLE ДОКУМЕНТЫ, GOOGLE ТАБЛИЦЫ, GOOGLE ПРЕЗЕНТАЦИИ и др.

Таблица 7.1 - Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе «Современный медиарынок» 38.04.02 Менеджмент учебной и учебно-методической литературы

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Количество экземпляров литературы на одного обучающегося
Б1.В.ДВ.02.02	Современный медиарынок	<p>Основная литература:</p> <p>Б-1 Евдокимов, В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учебное пособие / В.А. Евдокимов. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 224 с. - URL: https://znanium.com/read?id=351568.</p> <p>Б-2 Мухаев, Р.Т. Медиалогика: учебник / Р.Т. Мухаев. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 401 с. - URL: https://znanium.com/read?id=354200.</p> <p>Б-3 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиалогия: учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. - Москва: Дашков и К°, 2018. – 486 с. - URL: https://znanium.com/read?id=358566.</p> <p>Б-4 Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учебное пособие / А.М. Пономарева. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2016. - 247 с. - URL: https://znanium.com/read?id=137562.</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>Б-5 Антоновский, А.Ю. Коммуникативная философия знания: от теории коммуникативных медиа к социальной философии науки / А.Ю. Антоновский. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 168 с. - URL: https://znanium.com/read?id=143912.</p> <p>Б-6 Рокамора, А. Одевая город: Париж, мода и медиа = Fashioning the City. Paris, Fashion and the Media: монография / А. Рокамора, К. Гусарова. – Москва: НЛЮ, 2017. – 224 с. - URL: https://znanium.com/read?id=143912.</p>	100%	100%

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Количество экземпляров литературы на одного обучающегося
		<p>https://znanium.com/read?id=315873. Б-7 Макдональд, Г. Правда: как политики, корпорации и медиа формируют нашу реальность, выставляя факты в выгодном свете / Г. Макдональд; пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 368 с. - URL: https://znanium.com/read?id=352137. Б-8 Молчанова, О.И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере: монография / О. И. Молчанова. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 241 с. - URL: https://znanium.com/read?id=342117. Учебно-методическая литература: М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Современный медиарынок». – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2020, - 38 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru</p>	<p>100%</p> <p>100%</p> <p>1</p>	

Заведующая библиотекой



личная подпись

расшифровка подписи

дата

Русских Н.И.

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:

- ✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

- Практические работы

- ✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (таблица 8.1).

Таблица 8.1 - Обеспечение образовательного процесса по программе Оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения лабораторных занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
Б1.В.ДВ.02.02	Современный медиарынок	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия: Ауд. 504 - Учебная для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Ассортиментный кабинет): Аудиторная мебель – столы 12шт., стулья 14 шт., шкаф 3шт, стол преподавателя, доска аудиторная. Ноутбук с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
		<p>иллюстрации по дисциплине.</p> <p>512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации</p> <p>Аудиторная мебель - компьютерные столы 18 шт., стулья 18 шт., компьютер в комплекте - 18 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p> <p>Кондиционер – 1 шт.</p>	

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

1 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно- методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	ЛК- 1,2	ПЗ-1		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-1 – СИ-3	БРС
2				Б-1 – Б-8	СИ-1 – СИ-3	БРС
3	ЛК-3	ПЗ-2		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-1 – СИ-3	БРС
4				Б-1 – Б-8	СИ-1 – СИ-3	БРС
5	ЛК-4	ПЗ-3		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-1 – СИ-3	БРС
6				Б-1 – Б-8	СИ-1 – СИ-3	БРС
7	ЛК- 5,6	ПЗ-4		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-1 – СИ-3	БРС
8				Б-1 – Б-8	СИ-1 – СИ-3	БРС
9	ЛК-7	ПЗ-5		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-4 – СИ-6	БРС
10				Б-1 – Б-8	СИ-4 – СИ-6	БРС К-1
11	ЛК-8	ПЗ-6		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-4 – СИ-6	БРС
12				Б-1 – Б-8	СИ-4 – СИ-6	БРС
13	ЛК-9	ПЗ-7		Б-1 – Б-8, М-1	СИ-4 – СИ-6	БРС
14				Б-1 – Б-8	СИ-4 – СИ-6	БРС
15				Б-1 – Б-8	СИ-1 – СИ-6	БРС
16				Б-1 – Б-8	СИ-1 – СИ-6	Экзамен

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2020/2021 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в раб. программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
Управление маркетингом	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>
Организация рекламной и PR деятельности	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>
Бренд-менеджмент	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>
Рекламные продукты и услуги	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>
Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>
Преддипломная практика	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>
Государственная итоговая аттестация	ЭиУ	<i>ФФ ОА Сапругина</i>	<i>ФФ ОА Сапругина</i>

Декан ФТиД _____

[Подпись]
личная подпись

Артеев Э. В.
расшифровка подписи

28.08.2020
дата

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры _____
«__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Заведующая библиотекой _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Декан ФТиД _____
личная подпись расшифровка подписи дата

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Современный медиарынок» студента гр. _____ (курс 1, семестр 1)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/конспект		защита		СР			
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт		
1	ЛК-1,2	2	Введение в дисциплину. Современный российский медиарынок. Медиарынки как отраслевые рынки.	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	ЛК-3	2	Типология медиарынка. Структура отраслевого рынка. Необходимость государственного регулирования медиарынков.	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	ЛК-4	2	Основные практические инструменты рекламы и PR в соответствии с обозначенной сферой или отраслью	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	ЛК-5,6	2	Инструменты рекламы и PR в коммерческом секторе экономики. Оценка эффективности рекламы и PR в соответствии с обозначенной сферой или отраслью.	0,8	-	-	-	5	-	-	-	-	-	5	-
9	ЛК-7	2	Специфика социальной рекламы как рекламы социальных проблем современного общества.	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	ЛК-8	2	Особенности политического PR и политической рекламы.	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	ЛК-9	2	Инструменты рекламы и PR некоммерческого сектора экономики. Спонсорство, благотворительность, фандрайзинг.	0,8	-	-	-	5	-	-	-	-	-	5	-
1	ПЗ-1	2	Нормы в журналистской деятельности. Этика. Правовые нормы журналистики	0,8	-	0,5	-	1	-	-	-	2	-	-	-
3	ПЗ-2	2	Медиарынки как отраслевые рынки. Понятие отраслевых рынков	0,8	-	0,5	-	1	-	-	-	2	-	-	-
5	ПЗ-3	2	Типология медиарынков	0,8	-	0,5	-	1	-	-	-	2	-	-	-

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка												
				посещаемость		ритмичность		отчёт/конспект		защита		СР				
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт			
7	ПЗ-4	2	Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы. Маркетинговый подход к исследованию.	0,8		0,5		1		2						
9	ПЗ-5	2	Место и роль СМИ в обществе	0,8		0,5		1		2						
11	ПЗ-6	2	Современные тенденции развития медиарынка в России	0,8		0,5		1		2						
13	ПЗ-7	2	Экономическая медиаполитика зарубежных стран	0,8		0,5		1		2						
			Всего:	11,2		3,5		17		14					10	
			Индивидуальное задание					14,3								
			Дополнительный рейтинг:					10								
Итого:		28	Максимальный балл к экзамену:					11,2+3,5+17+14+10+14,3=60								
			Минимальный балл к экзамену:					40								

Примечание: Посещаемость лекций, практических занятий – 0,8 балла;

Проверка наличия конспектов лекций (неделя 7,13) – 5 баллов;

Выполнение практического задания в срок (ритмичность) – 0,5 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,3балла;

Составление отчёта о выполнении практического занятия – 1 балл;

Защита отчёта о выполнении практического занятия – 2 балла;

Выполнение и защита индивидуального задания – 14,3 баллов;

Контроль выполнения самостоятельной работы – 5 баллов;

Дополнительные виды работ – 10 баллов;

Минимальный балл для допуска к экзамену – 40 баллов.

Итого:	Балл:
	Оценка: