

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./

08 2021г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННАЯ МЕДИЦИНСКАЯ ИНДУСТРИЯ**

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, 2 семестр

Лекции	14 час./0,39 з.е.	(6 час.*)	Экзамен 2 семестр
Практические занятия	14 час./0,39 з.е.	(8 час.*)	Зачет - семестр
Лабораторные занятия	- час./- з.е.		
Самостоятельная работа	75 час./2,08 з.е.		
Контроль	27 час./0,75 з.е.		
Контактная работа	42 час./1,17 з.е.		
Всего	144 час./4 з.е.		
В т.ч.в интер. форме	(14 час.)		

Новосибирск 2021

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Современная медиаиндустрия»
основной профессиональной 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 подготовки магистратуры, в части, формируемой участниками образовательных отношений.

Разработчик рабочей программы дисциплины (РПД):
 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 соотнесены с общими целями основной образовательной программы (ОПОП), в том числе: -имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (УК-2, ПК-3, ПК-6): - по ФГОС ВО по направлению(ям), -по ОПОП	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 «Современная медиаиндустрия» 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 12.08.2015 № 952.

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

3. Основная профессиональная 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 2021г. (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 27.08.2021 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 ОПОП магистратуры.....	7
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины «Современная медиаиндустрия»	8
4 Структура и содержание учебной дисциплины	12
5 Образовательные технологии.....	17
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы, оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Современная медиаиндустрия»	18
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	23
8 Условия реализации программы дисциплины	26
9 Учебно-методическая карта дисциплины	28
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2021/2022 учебный год	29
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год	30
Приложение А.....	31

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА - АННОТАЦИЯ

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.02.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современная медиаиндустрия»
<p>Определение процесса: процесс преподавания дисциплины «Современная медиаиндустрия» для обучающихся 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 современной медиаиндустрии, позволяющих управлять медиакоммуникациями товара /услуги/ предприятия (рекламой и связями с общественностью в различных сферах) на базе его бизнес-стратегии</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:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этапы жизненного цикла проекта в области современной медиаиндустрии; – порядок формулирования целей и задач проекта в области современной медиаиндустрии, способы выбора и порядок обоснования адекватного методологического подхода к решению поставленной задачи; – современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области современной медиаиндустрии; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать проект в области современной медиаиндустрии с учетом анализа альтернативных вариантов его реализации, определять целевые этапы, основные направления работ; – объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта в области современной медиаиндустрии; – управлять проектом в области современной медиаиндустрии на всех этапах его жизненного цикла; 	

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.02.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современная медиаиндустрия»
	<ul style="list-style-type: none"> – определять соответствующий методологии анализа инструментальный аппарат и реализующие его программные продукты в области современной медиаиндустрии; – определять информационную базу проекта в области современной медиаиндустрии, организовывать сбор и проводить обработку эмпирических данных. – планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований в области современной медиаиндустрии; – разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации современной медиаиндустрии; <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – методиками разработки и управления проектом в области современной медиаиндустрии; – методами оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта в области современной медиаиндустрии; – навыками осуществления анализа направлений в современной медиаиндустрии и представления его результатов в виде аналитического отчета; – навыками использования современных программных продуктов в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований в области современной медиаиндустрии 	
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: - способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2) - способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации (ПК-3); - способен самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга (ПК-6)	
Поставщики процесса:	Потребители процесса:	

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.В.ДВ.02.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современная медиаиндустрия»
Кафедры, участвующие в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины:	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: 4 з.е (144 часа).: Лекции –14 часов; практические занятия – 14 часов; самостоятельная работа –75 часов; контактная работа – 42 часов. Аудиторный фонд; информационно-библиотечные ресурсы	
Контролируемые параметры процесса: устный опрос, выполнение практических работ, выполнение индивидуального задания, самостоятельная работа	Методы измерения параметров процесса: Рейтинговая шкала 100 баллов, 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 ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Современная медиаиндустрия» входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)», в часть рабочего учебного плана подготовки 38.04.02 «Менеджмент, программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг», формируемую участниками образовательных отношений.

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип(особенность)	Содержание
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1 модуль Медиаиндустрия как вид бизнеса. 2 модуль Медиаиндустрия как составляющая процесса формирования гражданского общества
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Основные понятия медиаэкономики; структура рынка масс-медиа; печатные СМИ; радиовещание; телевидение; экономика, медиаконвергенция и новые медиа; маркетинговый подход к исследованию современной медиаиндустрии; проектное управление в современных медиакомпаниях; медиаэкономика в современном обществе; медиаиндустрия и европеизация: конвергенция и дивергенция; роль средств массовой информации в публичной сфере; индустриализация медиапроизводства; тренды современной стадии индустриализации медиа; независимые СМИ как условие демократизации общества
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: - Организация рекламной и PR кампании; - Учебная практика (НИР); - Производственная практика (НИР); - Производственная (технологическая (проектно-технологическая)) практика; - Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы).
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: Практические занятия на темы: - Структура рынка масс-медиа. Печатные СМИ. Радиовещание. Телевидение; - Экономика, медиаконвергенция и новые медиа; - Медиаэкономика в современном обществе; - Управление проектами в медиакомпаниях: разработка медиа-проекта; - Разработка аналитического этапа медиапроекта; - Медиаиндустрия и европеизация: конвергенция и дивергенция; - Роль средств массовой информации в публичной сфере;

Принцип(особенность)	Содержание
	- Индустриализация медиапроизводства. Тренды современной стадии индустриализации медиа; - Независимые СМИ как условие демократизации общества
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; Рейтинговая шкала 100 баллов, экзамен
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, электронные таблицы Excel, графический редактор Point и другие – как средство оформления документации.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ»

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Современная медиаиндустрия» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения учебной дисциплины (цели дисциплины)

<i>После изучения дисциплины обучающийся будет:</i>				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП <i>Содержание компетенций</i>	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4	5
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>ИД-1 ук-2 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этапы жизненного цикла проекта в области современной медиаиндустрии; – этапы разработки и реализации проекта в области современной медиаиндустрии; – методы разработки и управления проектами в области современной медиаиндустрии; <p>ИД-2 ук-2 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать проект в области современной медиаиндустрии с учетом анализа альтернативных вариантов его реализации, определять целевые этапы, основные направления работ; – объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта в области современной медиаиндустрии; – управлять проектом в области современной медиаиндустрии на всех этапах его жизненного цикла. <p>ИД-3 ук-2 Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методиками разработки и управления проектом в области современной медиаиндустрии; – методами оценки потребности в ресурсах и 	<p>Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тест</p>

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категорий (группы) общепрофессиональных компетенций	Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3	4	5
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический	ПК-3	Способен на основе обобщения и оценки результатов исследований актуальных проблем управления обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость	<p>эффективности проекта в области современной медиаиндустрии</p> <p>ИД-1 пк-3 Знать: – порядок формулирования целей и задач проекта в области современной медиаиндустрии, способы выбора и порядок обоснования адекватного методологического подхода к решению поставленной задачи; ИД-2 пк-3 Уметь: – определять соответствующий методологии анализа инструментальный аппарат и реализующие его программные продукты в области современной медиаиндустрии; – определять информационную базу проекта в области современной медиаиндустрии, организовывать сбор и проводить обработку эмпирических данных.</p> <p>ИД-3 пк-3 Владеть: – навыками осуществления анализа направлений в современной медиаиндустрии и представления его результатов в виде аналитического отчета</p>	Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тест
Тип задач профессиональной деятельности: по	ПК-6	Способен самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы	<p>ИД-1 пк-6 Знать: – современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, принципы организации исследовательских проектов в целях информационного</p>	

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1 направленности (профиллю) «Бренд-менеджмент и маркетинг»	2	3 для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга	4 обеспечения принятия управленческих решений в области современной медиаиндустрии. ИД-1пк-6 Уметь: – планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований в области современной медиаиндустрии; – разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации современной медиаиндустрии. ИД-1пк-6 Владеть: – навыками использования современных программных продуктов в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований в области современной медиаиндустрии	5 Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тест

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 з.е		1 курс	
экз.	зач.	с преподавателями			Контактная работа	СРС	К	Всего			11	1 сем.
		аудиторные занятия										
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2	-	14	14	-	42	75	27	144	4	ЛК	-	14
										ПЗ	-	14
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 4 зачётные единицы, 144 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						В з.е	Формы текущего контроля успеваемости
			в часах					СР		
			ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Медиаиндустрия как вид бизнеса	2	8	-	8	24	43	1,86	– устный опрос; – защита практических заданий; – защита индивидуального задания – тест	
2	Медиаиндустрия как составляющая процесса формирования гражданского общества	2	6	-	6	18	32	1,39		
3	Контроль		27					0,75	Итоговый контроль – экзамен	
4	Итого		14	-	14	42	75	4		

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	2	3	4	5	6
1	Медиаиндустрия как вид бизнеса	ЛК-1.1	Основные понятия медиаэкономики. Структура рынка масс-медиа. Печатные СМИ. Радиовещание. Телевидение	2	УК-2 ПК-3 ПК-6
		ЛК-1.2	Экономика, медиаконвергенция и новые медиа	2	
		ЛК-1.3	Маркетинговый подход к исследованию современной медиаиндустрии. Проектное управление в современных медиакомпаниях	2	
		ЛК-1.4	Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрия и европеизация: конвергенция и дивергенция	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-1	Особенности медиаиндустрии за рубежом	12	
		СИ-2	Экономические особенности, телевидения, радио и печатных медиа за рубежом	11	
		СИ-3	Онлайновые медиакомпании за рубежом	10	
		СИ-4	Маркетинговые исследования в медиасфере	10	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	4	УК-2 ПК-3 ПК-6
		Конс	Консультации	1	
		КАТТ	Контроль за текущей аттестацией	2	
		ИТОГО:		7	
Итого по разделу 1				∑8/43/7	
2	Медиаиндустрия как составляющая процесса	ЛК-2.1	Роль средств массовой информации в публичной сфере	2	УК-2 ПК-3 ПК-6
		ЛК-2.2	Индустриализация	2	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела				
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час.	Ссылки на цели	
1	2	3	4	5	6	
	формирования гражданского общества		медиапроизводства. Тренды современной индустриализации медиа		УК-2 ПК-3 ПК-6	
		ЛК-2.3	Независимые СМИ как условие демократизации общества	2		
	Самостоятельное изучение	СИ-5	Связь и взаимозависимость медиабизнеса с другими секторами экономики. Слияния и поглощения медиакорпораций	8		
		СИ-6	Теория медиабезопасности. Теория медиаобразования. Теория медиаэтики	8		
		СИ-7	Угрозы со стороны медиа и пути их решения	8		
		СИ-8	Экология медиaprостранства. Инфоэкологическая политика медиаиндустрии	8		
	Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ, тест		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	4		УК-2 ПК-3 ПК-6
Конс		Консультации	1			
КАТТ		Контроль за текущей аттестацией	2			
ИТОГО:		7				
Итого по разделу 2				∑6/32/7		
Итого по дисциплины				∑14/75/14		
Итоговый контроль - экзамен				27		
В интерактивной форме обучения				6		

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ занятия	Тема дисциплины	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-1	Структура рынка масс-медиа. Печатные СМИ. Радиовещание.	2	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария по дисциплине; – выполнение индивидуальных заданий

Ссылки на компетенции	№ занятия	Тема дисциплины	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
		Телевидение		(написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-2	Экономика, медиаконвергенция и новые медиа	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление краткой характеристики подходов к определению понятия «медиаконвергенции»; – выполнение индивидуальных заданий (написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы.
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-3	Медиаэкономика в современном обществе	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня основных тенденций развития медиаэкономики; – выполнение индивидуальных заданий (написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-4	Управление проектами в медиакомпаниях: разработка медиа-проекта	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария по информационно-аналитической поддержке проектного управления (в том числе в ходе осуществления аналитического этапа проекта); – выполнение индивидуальных заданий (разработка аналитического этапа медиапроекта в современной медиакомпаниях); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-5	Разработка аналитического этапа медиапроекта	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария по управлению проектами в деятельности современных медиакомпаний; – выполнение индивидуальных заданий (разработка медиапроекта в современной медиакомпаниях); – контрольные вопросы\
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-6	Медиаиндустрия и европеизация: конвергенция и	2	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня основных

Ссылки на компетенции	№ занятия	Тема дисциплины	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
		дивергенция		взаимосвязей медиаиндустрии (с учетом процессов европеизации) с 4мя сферами общественной жизни; – выполнение индивидуальных заданий (написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-7	Роль средств массовой информации в публичной сфере	2	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня основных подходов к определению понятия «средство массовой информации»; – выполнение индивидуальных заданий (написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-8	Индустриализация медиапроизводства. Тренды современной стадии индустриализации медиа	2	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня основных трендов современной стадии индустриализации медиа; – выполнение индивидуальных заданий (написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-9	Независимые СМИ как условие демократизации общества	2	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление перечня основных проблем свободы СМИ в России; – выполнение индивидуальных заданий (написание реферата, подготовка докладов (с презентацией) для выступления на ПЗ; – контрольные вопросы
Итого по семестру			∑14	
Итого по дисциплине			∑14	
Итого интерактивные формы 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
1	2	3	4
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
«СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ»**

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль «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 «Современная медиаиндустрия»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства *
1	2	3	4	5
УК-2	Универсальные	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ЛК ПЗ СРС	Текущий контроль: - устный опрос; - защита практических заданий; - защита индивидуальных заданий; - экзамен.
ПК-3	Профессиональные	Способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации		
ПК-6		Способен самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга		

Таблица 6.2 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и	1-2	Устный опрос

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	2	3	4
	научно-методической литературы		
2	Выполнение и подготовка к защите практических работ	1-2	Устный опрос, защита практических работ
3	Выполнение и подготовка к защите индивидуальных заданий	1-2	Устный опрос, защита индивидуального задания

На самостоятельную работу выделяется 75 часа.

6.2 Формы контроля

Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий.

К-3 Защита индивидуальных заданий.

К-4 Тест

К-5 Экзамен по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-60) и числа баллов полученных на экзамене (0-40). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание: реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение

им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается экзаменом. К экзамену допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 40 и более баллов. Экзамен проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за экзамен – 10, максимальное – 40. Обучающийся, набравший за семестр менее 40 баллов, к экзамену не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Современная медиаиндустрия».

6.2.1 Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Структура рынка масс-медиа.
2. Основные понятия медиаэкономики.
3. Медиаэкономика в современном обществе.
4. Медиаконвергенция и новые медиа.

5. Конвергенция и дивергенция масс-медиа.
6. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
7. Рынок товаров СМИ.
8. Географический рынок СМИ.
9. Аудитория в медиапланировании.
10. Анализ аудитории в медиаиндустрии по категориям.
11. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
12. Издержки в медиаиндустрии.
13. Ценовая политика в медиаиндустрии.
14. Издательские риски.
15. Основные этапы развития газетной индустрии в России и за рубежом.
16. Типы медиаконвергенции.
17. Особенность медиаконвергентных рынков.
18. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка.
19. Основные этапы развития индустрии электронных СМИ.
20. Основные этапы развития телеиндустрии в России и за рубежом.
21. Модель «длинного хвоста» в медиаиндустрии.
22. Европеизация и медиаиндустрия в условиях конвергенции.
23. Место и роль СМИ в обществе.
24. Роль журналистики в жизни общества и влияние СМИ на общественное сознание.
25. Понятие глобальной информации. Формирование СМИ в ментальности общества.
26. Тенденции изменения в экономической, политической, социальной и духовной сфер общества.
27. Аспекты, связанные с основными функциями СМИ.
28. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ.
29. Формирующийся кластер индустрии содержания.
30. Парадокс разнообразия СМИ.

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

32. Типология современных российских печатных периодических изданий.

33. Изменение в структуре и характере печатных изданий.

34. Современные подходы к структуре и формированию изданий.

35. Российский рынок периодической печати.

36. Экономическая медиapolитика зарубежных стран.

6.2.2 Образец 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: Современная
медиаиндустрия
Курс 1, семестр 2
Направление: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Бренд-
менеджмент и маркетинг
Факультет: ТиД

1. Основные этапы развития газетной индустрии в России и за рубежом.

2. Географический рынок СМИ.

3. Современные подходы к структуре и формированию изданий.

Составил:

доц., канд.экон.наук, зав. кафедрой ЭиУ Сапрыкина О.А.

Утвердил:

декан ФТиД Арчинова Е.В.

Утв. кафедрой ЭиУ, прот.№1 от 27.08.2021

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Современная медиаиндустрия» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQL Server 2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». – URL: <https://www.marketologi.ru/>;

Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: <http://www.consultant.ru/> (некоммерческая версия);

Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: <https://www.garant.ru/> (некоммерческая версия);

Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/>.

Таблица 7.1 Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе направления подготовки 38.04.02 Менеджмент учебной и учебно-методической литературой

№ 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.02.001	Современная медиainдустрия	<p>Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы</p> <p>Основная литература: 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. Б-2 Мухаев, Р.Т. Медиapolитика: учебник / Р.Т. Мухаев. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 401 с. - URL: https://znanium.com/read?id=354200. Б-3 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиaplанирование : 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>Дополнительная литература: Б-4 Евдокимов, В.А. Массмедиа как сфера применения политических технологий: учебное пособие / В.А. Евдокимов. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 230 с. - URL: https://znanium.com/read?id=360059 Б-5 Бехманн, Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний: монография / Г. Бехманн; перевод с немецкого.- Москва: Логос, 2020. - 248 с. - URL: https://znanium.com/read?id=367560 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=315873.</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
Б1.В.ДВ.02.01	Современная медиаиндустрия	<p>Б-7 Макдональд, Г. Правда: как политики, корпорации и медиа формируют нашу реальность, выставляя факты в выгодном свете / Г. Макдональд; перевод с английского – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 368 с. – URL: https://znanium.com/read?id=352137.</p> <p>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.</p> <p>Учебно-методическая литература:</p> <p>М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Современная медиаиндустрия» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. – 41 с. – URL: https://moodle.ntirgu.ru</p> <p>М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Современная медиаиндустрия» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. – 34 с. – URL: https://moodle.ntirgu.ru</p>	100%	100%
			1	1

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
1	2	3	4
Б1.В.ДВ.02.01	Современная медиаиндустрия	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	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
1	2	3	4
		<p>проектор).</p> <p>Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические 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.</p> <p>Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.</p> <p>Кондиционер – 1 шт.</p>	<p>Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина</p>

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

2 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно- методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1.1			Б-1 – Б-8, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
2	ЛК-1.2	ПЗ-1		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
3		ПЗ-2,3		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
4	ЛК-1.3			Б-1 – Б-8, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
5	ЛК-1.4	ПЗ-4,5		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
6		ПЗ-6		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
7	ЛК-2.1			Б-1 – Б-8, М-2	СИ-5 – СИ-8	БРС
8	ЛК-2.2	ПЗ-7		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-5 – СИ-8	БРС
9		ПЗ-8		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-5 – СИ-8	БРС
10	ЛК-2.3			Б-1 – Б-8, М-2	СИ-5 – СИ-8	БРС
11		ПЗ-9		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-5 – СИ-8	БРС
12				Б-1 – Б-8, М-2	СИ-5 – СИ-8	Экзамен

**10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С
ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2021/2022
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
Организация рекламной и PR кампании	ЭиУ	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>
Учебная практика (НИР)	ЭиУ	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>
Производственная практика (НИР)	ЭиУ	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>
Производственная (технологическая (проектно- технологическая)) практика	ЭиУ	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	ЭиУ	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>	<i>Ф.Ф. ОН Сапрокина</i>

Декан ФТиД _____

Л.
личная подпись

Артемов Э.В.
расшифровка подписи

27.08.2021
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

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Современная медиаиндустрия», 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг».

Очно – заочная форма обучения

(1 курс, 2 семестр)

Вид контроля	Баллы	ДМ-1			ДМ-2						Итого	ДМ-3							ДМ-4						Итого	РР
		ТР (неделя)			ТР (неделя)							Итого	ТР (неделя)							Итого						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	12	13	14	15	16	17		18					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	20	21	22	23					
Посещаемость лк	0,8	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*									5,6				
Посещаемость пз	0,8	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*									5,6				
Конспекты лекций	5											*	*									5				
Ритмичность (пз)	0,5		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*									3,5				
Оформление отчета по пз	1		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*									7				
Защита отчета по пз	2		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*									14				
Защита индивидуального задания	3								*	*		*	*									6				
Самостоятельная работа	3,65								*	*		*	*									7,3				
Тест	6													*								6				
Дополнительные виды работ	10													*								10				
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						60				
Экзамен																						40				
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100				

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /
 Зав. кафедрой ЭиУ: _____ / О.А. Сапрыкина/

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Современная медиаиндустрия» студента гр. _____

(курс 1, семестр 2)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка													
				посещаемость		ритмичность		отчёт/конспект		Защита ПЗ/защита ИЗ		SR/тест					
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				
1	ЛК-1.1	2	Основные понятия медиаэкономики. Структура рынка масс-медиа Печатные СМИ	0,8		-		-		-							
2	ЛК-1.2	2	Радиовещание. Телевидение	0,8		-		-		-							
4	ЛК-1.3	2	Экономика, медиаконвергенция и новые медиа	0,8		-		-		-							
5	ЛК-1.4	2	Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрия и европеизация: конвергенция и дивергенция	0,8		-		-		-				3,65			
7	ЛК-2.1	2	Роль средств массовой информации в публичной сфере	0,8		-		-		-							
8	ЛК-2.2	2	Индустриализация медиапроизводства. Тренды современной стадии индустриализации медиа	0,8		-		-		-							
10	ЛК-2.3	2	Независимые СМИ как условие демократизации общества	0,8		-		5		-				3,65			
2	ПЗ-1	2	Структура рынка масс-медиа. Печатные СМИ. Радиовещание. Телевидение	0,8		0,5		1		2							
3	ПЗ-2	1	Экономика, медиаконвергенция и новые медиа	0,8		0,5		1		2							
	ПЗ-3	1	Медиаэкономика в современном обществе														
5	ПЗ-4	1	Управление проектами в медиакомпаниях: разработка медиа-проекта	0,8		0,5		1		2							
	ПЗ-5	1	Разработка аналитического этапа							3							

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка														
				посещаемость		ритмичность		отчёт/конспект		Защита ПЗ/защита ИЗ		СР/тест						
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт			
				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14					
1	2	3	4 медиапроекта															
6	ПЗ-6	2	Медиаиндустрия и европеизация: конвергенция и дивергенция	0,8		0,5		1		2								
8	ПЗ-7	2	Роль средств массовой информации в публичной сфере	0,8		0,5		1		2								
9	ПЗ-8	2	Индустриализация медиапроизводства. Тренды современной стадии индустриализации медиа	0,8		0,5		1		2								
11	ПЗ-9	2	Независимые СМИ как условие демократизации общества	0,8		0,5		1		2								6
	Итого:	28	Всего:	11,2		3,5		12		20								13,3
			Дополнительный рейтинг:							10								
			Максимальный балл к экзамену:							11,2+3,5+12+20+13,3=60								
			Минимальный балл к экзамену:							40								

Примечание: Посещаемость лекций, практических занятий – 0,8 балла;
 Проверка наличия конспектов лекций – 5 баллов;
 Выполнение практического задания в срок (ритмичность) – 0,5 балла, отсутствие – 0,3 балла;
 Составление отчёта о выполнении практического занятия – 1 балл;
 Защита отчёта о выполнении практической работы – 2 балла;
 Контроль выполнения самостоятельной работы – 3,65 баллов;
 Защита индивидуального задания – 3 балла;
 Дополнительные виды работ – 10 баллов;
 Минимальный балл для допуска к экзамену – 40 баллов.

Итого:	Балл:	Оценка:
---------------	--------------	----------------

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /