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./
«_____» _____ ___2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАРЫНОК

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Продакт-менеджмент и маркетинг

Квалификация 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 2025

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 12.08.2020 № 952.

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

3. Основная профессиональная образовательная программа. Направление: 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», набор 2025г. (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. _____ Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от 29.08.2025 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ
доц., канд.экон.наук _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
канд.техн.наук _____ Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт процесса - аннотация 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры 6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 7
4 Структура и содержание учебной дисциплины 11
5 Образовательные технологии 15
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы, оценочные материалы для текущего контроляуспеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 16
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) 20
8 Условия реализации программы дисциплины 23
9 Учебно-методическая карта дисциплины 24
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2025/2026 учебный год 25
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год 26
Приложение А 27

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА - АННОТАЦИЯ

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Шифр дисциплины Б1.В.ДВ.02.02</td><td>7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Современный медиарынок»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Современный медиарынок» для обучающихся очно-заочной формы обучения направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td>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, онлайновых СМИ)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
кафедра Экономики и управления</td><td>Ответственный руководитель процесса:
доц., канд. экон. наук Сапрыкина О.А.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
студенты и знания, полученные студентами при изучении дисциплин бакалавриата и специалитета.</td><td>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>
– этапы жизненного цикла проекта по исследованию современного медиарынка;
– этапы разработки и реализации проекта по исследованию современного медиарынка;
– методы разработки и управления проектами по исследованию современного медиарынка;
– порядок формулирования целей и задач проекта по исследованию современного медиарынка, способы выбора и порядок обоснования адекватного методологического подхода к решению поставленной задачи;
– современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации о современном медиарынке, принципы организации исследовательских проектов по исследованию современного медиарынка в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений.
<u>уметь:</u>
– разрабатывать проект по исследованию современного медиарынка, определять целевые этапы, основные направления работ, с учетом анализа альтернативных вариантов;
– объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Шифр дисциплины Б1.В.ДВ.02.02	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современный медиарынок»
		проекта по исследованию современного медиарынка; – управлять проектом по исследованию современного медиарынка на всех этапах его жизненного цикла; – определять соответствующий методологии анализа инструментальный аппарат и реализующие его современные программные продукты для проведения исследования современного медиарынка; – определять информационную базу проекта по исследованию современного медиарынка, организовывать сбор и проводить обработку эмпирических данных. – планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований современного медиарынка; – разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации исследований современного медиарынка. <u>владеть:</u> – методиками разработки и управления проектом по исследованию современного медиарынка; – методами оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта по исследованию современного медиарынка; – навыками проведения анализа современного медиарынка и представления его результатов в виде аналитического отчета; – навыками использования современных программных продуктов в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований современного медиарынка
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: – 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 приня-

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Шифр дисциплины Б1.В.ДВ.02.02	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Современный медиарынок»
		тия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга (ПК-6)
Поставщики процесса: Кафедры, участвующие в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины:		Потребители процесса: Обучающиеся 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 «Современный медиарынок» входит в Блок 1. Дисциплины (модули) – часть рабочего учебного плана подготовки 38.04.02 «Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», формируемая участниками образовательных отношений, является дисциплиной по выбору.

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; исследование медиарынков; качественные, количественные мето-

Принцип (*особенность*)	Содержание
	ды исследования; маркетинговый подход к исследованию медиарынков; проектный подход к исследованию медиарынков; 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: - 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: - Нормы в журналистской деятельности. Этика. Правовые нормы журналистики; - Понятие отраслевых рынков; - Типология медиарынков; - Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы. Маркетинговый подход к исследованию; - Разработка проекта по исследованию региональных медиарынков; - Разработка аналитического этапа проекта по исследованию региональных медиарынков; - Место и роль СМИ в обществе; - Современные тенденции развития медиарынка в России; - Экономическая медиаполитика зарубежных стран.
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

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:				
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	*2*	3	4	5
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	***ИД-1$_{УК-2}$*** **Знать:** – этапы жизненного цикла проекта по исследованию современного медиарынка; – этапы разработки и реализации проекта по исследованию современного медиарынка; – методы разработки и управления проектами по исследованию современного медиарынка; ***ИД-2$_{УК-2}$*** **Уметь:** – разрабатывать проект по исследованию современного медиарынка, определять целевые этапы, основные направления работ, с учетом анализа альтернативных вариантов; – объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта по исследованию современного медиарынка; – управлять проектом по исследованию современного медиарынка на всех этапах его жизненного цикла. ***ИД-3$_{УК-2}$*** **Владеть:** – методиками разработки и управления проектом по исследованию современного медиарынка; – методами оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта по исследованию современного медиарынка	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания - тестирование

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	*2*	3	4	5
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический	ПК-3	Способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации	***ИД-1$_{ПК-3}$*** Знать: – порядок формулирования целей и задач проекта по исследованию современного медиарынка, 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 современные программные продукты для проведения исследования современного медиарынка; – определять информационную базу проекта по исследованию современного медиарынка, организовывать сбор и проводить обработку эмпирических данных. ***ИД-3$_{ПК-3}$*** Владеть: – навыками проведения анализа современного медиарынка и представления его результатов в виде аналитического отчета	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; - защита индивидуального задания - тестирование
Тип задач профессиональной деятельности: по направленности (профилю) «Бренд-	ПК-6	Способен самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих ре-	***ИД-1$_{ПК-6}$*** Знать: – современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации о современном медиарынке, принципы организации исследовательских проектов по исследованию современного медиарынка в целях инфор-	

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	*2*	3	4	5
менеджмент и маркетинг»		шений в области стратегического и операционного маркетинга	мационного обеспечения принятия управленческих решений. ***ИД-1$_{ПК-6}$*** Уметь: – планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований современного медиарынка; – разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации исследований современного медиарынка. ***ИД-1$_{ПК-6}$*** Владеть: – навыками использования современных программных продуктов в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований современного медиарынка	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; - защита индивидуального задания; - тестирование

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				СР	К	Всего			1 сем.	2 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			В т.ч. контактная работа							
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12
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	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
		в часах					в з.е	
		ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	4	5	6	7	8	9	10
1	Медиарынок как сектор экономики и индустрия производства	8	-	8	23	37	1,67	- устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуальных заданий; - тестирование
2	Медиарынок как институт демократии и институт свободного времени	6	-	6	19	38	1,58	
3	Контроль	27					0,75	Итоговый контроль - экзамен
4	Итого:	14	-	14	42	75	4,0	

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 компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Медиарынок как сектор экономики и индустрия производства	ЛК-1.1	Введение в дисциплину. Современный российский медиарынок. Медиарынки как отраслевые рынки: элементы теории отраслевых рынков, понятие отраслевого рынка	2	УК-2 ПК-3 ПК-6
		ЛК-1.2	Типология медиарынка: классификация отраслевых рынков по типу, по временным основаниям. Структура отраслевого рынка. Необходимость государственного регулирования медиарынков	2	
		ЛК-1.3	Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы исследования	2	
		ЛК-1.4	Маркетинговый подход к исследованию медиарынков. Проектный подход к исследованию медиарынков	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-1	История медианосителей	10	
		СИ-2	История медиатехнологий	9	
		СИ-3	Рыночные механизмы медиабизнеса	9	
		СИ-4	Маркетинговые исследования в медиасфере	9	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	4	УК-2 ПК-3 ПК-6
		КОНС	Консультация	1	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	2	
		ИТОГО:		7	
Итого по разделу 1				∑8/37/7	
2	Медиарынок как институт демократии и институт свободного времени	ЛК-2.1	Специфика социальной рекламы как рекламы социальных проблем современного общества.	2	УК-2 ПК-3 ПК-6
		ЛК-2.2	Особенности политического PR и политической рекламы.	2	
		ЛК-2.3	Инструменты рекламы и PR некоммерческого сектора экономики. Спонсорство, благотворительность, фандрайзинг	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-5	Коммуникации в медиаиндустрии: акторы, технологии, тренды	10	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
		СИ-6	Медиапотребление в России: цифровой разрыв	9	
		СИ-7	Социальные исследования медиа: теории медиаэкологии	9	
		СИ-8	Социальные исследования медиа: теории информационного общества	10	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, тестирование		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	4	УК-2 ПК-3 ПК-6
		КОНС	Консультация	1	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	2	
		ИТОГО:		7	
Итого по разделу 2				∑6/38/7	
Итого по *дисциплины*				∑14/75/14	
Итоговый контроль – экзамен					
*В интерактивной форме обучения				6*	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-1	Нормы в журналистской деятельности. Этика. Правовые нормы журналистики	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление глоссария по теме ПЗ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-2	Понятие отраслевых рынков	1	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня основных понятий теории отраслевых рынков; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-3	Типология медиарынков	1	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление типологии отраслевых рынков медиа; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-4	Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы. Маркетинговый подход к исследованию	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня методов исследования медиарынков; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-5	Разработка проекта по исследованию региональных медиарынков	1	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление глоссария по теме ПЗ;; – выполнение индивидуальных заданий (разработка проекта по исследованию региональных медиарынков); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-6	Разработка аналитического этапа проекта по исследованию региональных медиарынков	1	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление глоссария по теме ПЗ;; – выполнение индивидуальных заданий (разработка аналитического этапа проекта по исследованию региональных медиарынков); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-7	Место и роль СМИ в обществе	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня основных признаков СМИ; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-8	Современные тенденции развития медиарынка в России	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня основных тенденций развития медиарынка в России; – выполнение индивидуального задания

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
1	2	3	4	5
				(написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы
УК-2 ПК-3 ПК-6	ПЗ-9	Экономическая медиаполитика зарубежных стран	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня основных направлений влияния медиаполитики на общество; – выполнение индивидуального задания (написание реферата и подготовка доклада (с презентацией) для выступления на ПЗ); – контрольные вопросы
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 (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

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 лабораторных работ с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ, ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯУСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», квалификации «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 *
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 индивидуального задания; - тестирование; - 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 научно-методической литературы	1-2	Устный опрос
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
4	Подготовка к тестированию	1-2	Тестирование

На самостоятельную работу выделяется 75 часа.

6.1 Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3 Защита индивидуального задания;

К-4 Тестирование;

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 «Современный медиарынок».

6.2.1 Вопросы 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.

6.2.3 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)

ЭКЗАМЕННАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №01
По дисциплине: Современный медиарынок
Курс 1, семестр 2
Направление: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Продакт-менеджмент и маркетинг
Факультет: ТиД

1.
2.
3.

Составил: доц., канд.экон.наук, зав. кафедрой ЭиУ Сапрыкина О.А.
Утвердил: декан ФТиД Бунькова Т.О.
Утв. кафедрой ЭиУ, прот.№1 от 29.08.2025

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 заданий по дисциплине «Современный медиарынок» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQLServer2017 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 «Современный медиарынок» 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	Кол-во экземпляров	Кол-во экземпляров литературы на одного обучающегося
Б1.В.ДВ.02.02	Современный медиарынок	***Основная литература:*** Б-1 Евдокимов, В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учебное пособие / В.А. Евдокимов. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 224 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=436876 Б-2 Мухаев, Р.Т. Медиаполитика: учебник / Р.Т. Мухаев. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 401 с. – URL: https:// https://znanium.ru/read?id=446788 Б-3 Шарков, Ф.И. Коммуникология: теория и практика массовой информации: учебник / Ф.И. Шарков, В.В. Силкин; Межд. акад. коммуникологии. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 160 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=431463 ***Дополнительная литература:*** Б-4 Евдокимов, В.А. Массмедиа как сфера применения политических технологий: учебное пособие / В.А. Евдокимов. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 230 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=416725 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.ru/read?id=367560 Б-6 Марков, А.А. Теория и практика массовой информации: учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова; под общ. ред. А.А. Маркова. - Москва: ИНФРА-М, 2021. - 252 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=398518 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.ru/read?id=420154 Б-8 Молчанова,О.И. Социальное управление процессами конвергенции в современной ме-	100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 1	

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Кол-во экземпляров	Кол-во экземпляров литературы на одного обучающегося
		диасфере: монография / О. И. Молчанова. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 241 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=446759 ***Учебно-методическая литература:*** 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, 2025. – 41 с. – URL: https://moodle.ntirgu.ru 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, 2025. – 34 с. – URL: https://moodle.ntirgu.ru	1	

Заведующая библиотекой _____ Русских Н.И. _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1Материально-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.02.02	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 иллюстрации по дисциплине. 512 ауд. - Компьютерная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежу-	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
		точной аттестации 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. Кондиционер – 1 шт.	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

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		Б-1 – Б-8, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-4	БРС
6		ПЗ-5,6		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 2025/2026 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		
Учебная практика (НИР)	ЭиУ		
Производственная практика (НИР)	ЭиУ		
Производственная (технологическая (проектно-технологическая)) практика	ЭиУ		
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	ЭиУ		

Декан ФТиД _____Т.О. Бунькова_____

личная подпись *расшифровка подписи* *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 «Современный медиарынок», 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

очно - заочная форма обучения

(1 курс, 2 семестр)

Вид контроля	Баллы	ДМ-1					ДМ-2				РР	ДМ-3					ДМ-4				РР	Всего
		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	19	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	2						*						*									4
Тестирование	8												*									8
Самостоятельная работа	3,65					*						*										7,3
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 «Современный медиарынок», студента гр. _____

(курс 1, семестр 2)

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
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	ЛК-1.1	2	Введение в дисциплину. Современный российский медиарынок. Медиарынки как отраслевые рынки: элементы теории отраслевых рынков, понятие отраслевого рынка	0,8		-		-		-		-	
2	ЛК-1.2	2	Типология медиарынка: классификация отраслевых рынков по типу, по временным основаниям. Структура отраслевого рынка. Необходимость государственного регулирования медиарынков	0,8		-		-		-		-	
4	ЛК-1.3	2	Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы исследования	0,8		-		-		-		-	
5	ЛК-1.4	2	Маркетинговый подход к исследованию медиарынков. Проектный подход к исследованию медиарынков	0,8		-		-		-		3,65	
7	ЛК-2.1	2	Специфика социальной рекламы как рекламы социальных проблем современного общества.	0,8		-		-		-		-	
8	ЛК-2.2	2	Особенности политического PR и политической рекламы.	0,8		-		-		-		-	
10	ЛК-2.3	2	Инструменты рекламы и PR некоммерческого сектора экономики. Спонсорство, благотворительность, фандрайзинг	0,8		-		5		-		3,65	
2	ПЗ-1	2	Нормы в журналистской деятельности. Этика. Правовые нормы журналистики	0,8		0,5		1		2		-	
3	ПЗ-2	1	Понятие отраслевых рынков	0,8		0,5		1		2		-	
	ПЗ-3	1	Типология медиарынков										

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
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
5	ПЗ-4	2	Исследование медиарынков. Качественные, количественные методы. Маркетинговый подход к исследованию	0,8		0,5		1		2 2		-	
6	ПЗ-5	1	Разработка проекта по исследованию региональных медиарынков										
	ПЗ-6	1	Разработка аналитического этапа проекта по исследованию региональных медиарынков	0,8		0,5		1		2			
8	ПЗ-7	2	Место и роль СМИ в обществе	0,8		0,5		1		2		-	
9	ПЗ-8	2	Современные тенденции развития медиарынка в России	0,8		0,5		1		2		-	
11	ПЗ-9	2	Экономическая медиаполитика зарубежных стран	0,8		0,5		1		2 2		8	
Итого:		28	Всего:	11,2		3,5		12		18		15,3	
			Дополнительный рейтинг:	10									
			Максимальный балл к экзамену:	11,2+3,5+12+18+15,3=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 баллов, отработка – 0,3балла;
Составление отчёта о выполнении практического занятия – 1 балл;
Защита отчёта о выполнении практического занятия – 2 балла;
Контроль выполнения самостоятельной работы – 3,65 баллов;
Защита индивидуального задания – 2 балла;
Тестирование – 8 баллов;
Дополнительные виды работ – 10 баллов;
Минимальный балл для допуска к экзамену – 40 баллов.

Итого:	***Балл:***	***Оценка:***

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

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

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» дисциплина изучается в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений

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 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: *(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)*	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: *участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее*	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 «Продакт-менеджмент и маркетинг» в представленном виде.

Рецензент:
канд.экон.наук, доц. Н.И. Воронина