

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.12 Медиаменеджмент

Направление подготовки/специальность: 42.03.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Современные средства массовой информации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2026

Автор программы:

Кандидат филологических наук, Иванова Мария Михайловна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 524).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	13

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский
- редакторский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Продвигает журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)			
		3	6	7	8
1	Аудиоподкастинг	+			
2	Организация деятельности пресс-службы				+
3	Основы рекламы и связей с общественностью			+	
4	Преддипломная практика				+
5	Профессионально-творческая практика		+		+

6	Цифровой видеоконтент	+			
---	--------------------------	---	--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Медиаменеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика.

Дисциплина «Медиаменеджмент» изучается в 7 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	48
Лекции (Лекции)	16
Практические (Практ. раб.)	32
Самостоятельная работа (СР)	60
Зачет	-

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
7 семестр					
1	Средства массовой информации и рынок	4	8	18	Собеседование; Эссе
2	Основы редакционно-издательского маркетинга	4	8	18	Тестирование
3	Финансовая политика редакции	4	8	12	Собеседование; Эссе
4	Основы редакционного менеджмента	4	8	12	Тестирование

Тема 1. Средства массовой информации и рынок (ПК-5)

Лекция.

СМИ как отрасль современной экономики. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов. Концентрация в индустрии СМИ. Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции, экономические предпосылки. Проблемы собственности, владение информационным предприятием и его названием. Организационно- правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на российском информационном рынке. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы

- 1 Закон о СМИ как юридическое чудо.
- 2 Медиаиндустрия в Европе.
- 3 СМИ как фактор формирования экономического мышления.
- 4 Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

- 1 Новая политика в регулировании российской региональной прессы.
- 2 О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ

Тема 2. Основы редакционно- издательского маркетинга (ПК-5)

Лекция.

Основы редакционно-издательского маркетинга. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга. Основы редакционно-издательского маркетинга: его особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий, его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба.

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы:

- 1 Что такое маркетинг СМИ? Чем он отличается от маркетинга в других рыночных сегментах?
- 2 Назовите основные цели медиамаркетинга.
- 3 Какие базовые методы используются в медиамаркетинге?
- 4 Какие методы применяются при изучении рынка и какие задачи они решают?

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

- 1 Какие технологии, стратегии и приемы используют при продвижении СМИ?
- 2 По каким параметрам изучается рекламный рынок и какое это имеет значение для деятельности СМИ?
- 3 Каковы функции службы маркетинга на медиапредприятии?

Тема 3. Финансовая политика редакции (ПК-5)

Лекция.

Экономические особенности печатных СМИ. Экономика телевидения, радио- и кабельной индустрии. Экономика онлайн-СМИ. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура. Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции.

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы:

- 1 Что такое «корпоративное издание»?

- 2 Для чего организации или компании необходима своя газета и какова ее целевая аудитория?
- 3 Как издание влияет на корпоративную культуру.
- 4 Влияние корпоративного издания на имидж компании.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

Что определяет «лицо» издания?

Как дизайн влияет на восприятие издания читателем

Тема 4. Основы редакционного менеджмента (ПК-5)

Лекция.

Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Менеджмент и организация редакционной деятельности. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы:

- 1 Типология корпоративных изданий по целевой аудитории: b2b, b2c, b2p.
- 2 Основные условия и этапы создания корпоративного издания.
- 3 Тематическая модель корпоративного издания: как удовлетворить потребности своей аудитории.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

- 1 Способ производства издания: собственное или аутсорсинг. Достоинства и недостатки каждого из этих способов.
- 2 Выпуск издания: технологическая цепочка
- 3 Как правильно распространять корпоративное издание.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 60 баллов
- контрольные срезы – 3 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Средства массовой информации и рынок	Собеседование	20	20-12 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией. 11-6 Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией. 5-1 В структуре и оформлении ответа имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Подготовлена неполная презентация. 9-5 сформулированы отдельные положения темы ответа. Презентация не подготовлена.
		Эссе	20	20 баллов. Соблюдены все требования к эссе. 10 баллов. Требования к эссе соблюдены частично. 5 баллов. Соблюдены частично, тема раскрыта не полностью. 8 баллов. Требования не соблюдены, тема не раскрыта, наличие фактических ошибок
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга	Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 7 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 4 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает
3.	Финансовая политика редакции	Собеседование(контрольный срез)	10	10-8 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 7-5 Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 4-3В структуре и оформлении ответа имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 1-2 сформулированы отдельные положения темы ответа.
		Эссе	20	20 баллов. Соблюдены все требования к эссе. 10 баллов. Требования к эссе соблюдены частично. 5 баллов. Соблюдены частично, тема раскрыта не полностью. 8 баллов. Требования не соблюдены, тема не раскрыта, наличие фактических ошибок
4.	Основы редакционного менеджмента	Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 20 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 8 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 5 баллов – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает
5.	Посещаемость		10	10 - студент исправно посещает все лекции, активно работает на практических занятиях.

6.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: – за написание реферата по одной из выбранных тем, выполненного на качественном уровне – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов; – полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов.
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	100	Добор - студент может выполнить все задания текущего контроля.
8.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Собеседование

Тема 1. Средства массовой информации и рынок

- 1.СМИ как фактор формирования экономического мышления.
2. Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения

Тема 3. Финансовая политика редакции

- 1 О чем и как должна писать корпоративная газета.
- 2 Как изучить и понять свою аудиторию.
- 3 Как создать обратную связь с читателями?
- 4 Графическая модель: зачем она нужна?

Тестирование

Тема 2. Основы редакционно- издательского маркетинга

1. Учредитель СМИ - это:
 - физическое или юридическое лицо, исполняющее определенные, в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
 - учреждение, спонсирующее СМИ;
 - управляющий в редакции СМИ.
2. Редакция печатного СМИ как юридическое лицо обязана:
 - иметь свидетельство о регистрации;
 - иметь тираж свыше 1000 экземпляров;
 - иметь в составе соучредителей только юридических, а не физических лиц.
3. Редакция СМИ:
 - обязательно входит в состав соучредителей СМИ;

- не входит в состав соучредителей СМИ;
- может входить, а может не входить в состав соучредителей СМИ.

4. Менеджер в редакции СМИ:

- осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
- занимается реализацией продукции СМИ;
- занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.

Тема 4. Основы редакционного менеджмента

1. Экономика СМИ — это:

- наука о выпуске печатных СМИ;
- наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
- наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакции СМИ.

2. По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИ бывают:

- хозрасчетно-бюджетные;
- специализированные;
- общественно-политические;
- региональные.

Эссе

Тема 1. Средства массовой информации и рынок

- 1 Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в 19-20 вв..
- 2 Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
- 3 СМИ в современной экономике.
- 4 Движущие силы развития медиабизнеса. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ. Типы концентрации.

Тема 3. Финансовая политика редакции

- 1 Российская медиаиндустрия: процесс становления.
- 2 Как изменится газета: эпоха микроблогов
- 3 Массовая информация как товар на информационном рынке.
- 4 Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-5)

- 1 Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
- 2 Модели организации телевизионной индустрии.
- 3 СМИ в современной экономике.
- 4 Ценовая политика редакции. Ее направления.
- 5 Дизайн издания и его популярность.
- 6 Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
- 7 Распространение периодического издания.
- 8 Менеджмент и этика.
- 9 Структура редакционного коллектива.
- 10 Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
- 11 Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.

- 12 Финансовый рынок. Поиск источников капитала.
- 13 Качество информации и новые информационные технологии (проблемы доверия к СМИ).
- 14 Журналистика как часть креативных индустрий.
- 15 Экономические особенности газетной индустрии.
- 16 Современные тенденции развития газетного рынка.
- 17 Инфраструктура СМИ: информационные службы.
- 18 Экономические особенности журнальной индустрии.
- 19 Журналистика как бизнес.
- 20 Модели организации телевизионной индустрии.

Типовые задания для зачета (ПК-5)

Типовые темы рефератов

- 1 Концентрация в зарубежной индустрии СМИ.
- 2 Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
- 3 Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации.
- 4 Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ.
- 5 Современная концепция маркетинга.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-5	Способен продвигать журналистские медиапродукты с помощью интернет-сайтов
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-5	Не способен продвигать журналистские медиапродукты с помощью интернет-сайтов

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

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 239 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/470555>
2. Зельдович Б. З. Медиаменеджмент : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 293 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/457060>

6.2 Дополнительная литература:

1. Иваницкий В. Л. История экономических учений : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 282 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451641>
2. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике : учебное пособие. - 2022-08-31; Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. - 124 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>
3. Зельдович Б. З., Сперанская Н. М. Управленческие решения в полиграфии : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 201 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/457061>

6.3 Иные источники:

1. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>
2. Научный журнал «МедиаАльманах» - <http://mediaalmanah.ru>
3. Портал по социологии, экономике и менеджменту - www.ecsocman.edu.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
2. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: <https://www.rsl.ru>
3. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: <http://nlr.ru>
4. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
5. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.