Приложение 5

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.3 Редакционный менеджмент

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Журналистика цифровой среды

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат филологических наук, Иванова Мария Михайловна

Дисциплина реализуется с использованием сетевой формы.

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 529).

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 магистратуры…… 4

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 6

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 13

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 15

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 16

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-4 Способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс

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

- научно-исследовательский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

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-4 Способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	Координирует редакционный процесс

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-4 Способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Очная (семестр)		
		1	2	3
1	Коммуникативные стратегии в редакционном процессе		+	
2	Коммуникационный менеджмент		+	
3	Корпоративные коммуникации в медиасреде	+		
4	Профессионально-творческая практика		+	+

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Редакционный менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

Дисциплина «Редакционный менеджмент» изучается в 2 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	24
Лекции (Лекции)	12
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	48
Экзамен	36

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	
		О	О	О	
2 семестр					
1	Средства массовой информации и рынок	4	2	12	Доклад на семинарском занятии
2	Основы редакционно-издательского маркетинга. Изучение информационного рынка.	2	4	12	Доклад на семинарском занятии; Тестирование
3	Финансовая политика редакции.	2	2	12	Доклад на семинарском занятии
4	Особенности редакционного менеджмента.	4	4	12	Доклад на семинарском занятии; Тестирование

Тема 1. Средства массовой информации и рынок (ПК-4)

Лекция.

Информационный рынок современных СМИ. Целевая аудитория. Виды и формы организации медиабизнеса. Экономические предпосылки организации СМИ. Взаимоотношения редакции и учредителей.

Практическое занятие.

Журналистика как разновидность духовного производства. Понятие информационного рынка и целевой аудитории. Правовые и экономические формы организации медиабизнеса. Экономические предпосылки основания СМИ. Особенности взаимоотношений учредителей и редакции.

Задания для самостоятельной работы.

Изучить на примере современных российских изданий проблемы собственности в медиабизнесе.

Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга. Изучение информационного рынка. (ПК-4)

Лекция.

Редакционно-издательский маркетинг, его направления. Планирование и методы маркетинга. Виды маркетинговых прогнозов. Укрепление позиций периодического издания на рынке. Маркетинговая кампания.

Практическое занятие.

Понятие редакционно-издательского маркетинга и его направления. Планирование и методы маркетинга. Виды маркетинговых прогнозов – общий и частный. Способы укрепления позиций периодического издания на рынке. Маркетинговая кампания.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение рынка периодических изданий

Тема 3. Финансовая политика редакции. (ПК-4)

Лекция.

Финансовая политики редакции. Уставной фонд. Дотации и спонсорство. Определение бюджета и баланса издания. Расходная часть бюджета: редакционные расходы. Тиражная политика редакции. Доходная часть бюджета и реализация тиража как одна из ее форм.

Практическое занятие.

Цели финансовой политики редакции. Понятие уставного фонда. Дотации и спонсорство. Бюджет и баланс издания. Расходная часть бюджета. Виды редакционных расходов. Доходная часть бюджета. Реализация тиража. Тиражная политика редакции.

Задания для самостоятельной работы.

На примере конкретного издания – по изучению вводных данных – определить основные статьи бюджета: примерную долю дотаций, спонсорства, рекламных средств и т.д.

Тема 4. Особенности редакционного менеджмента. (ПК-4)

Лекция.

Экономический фактор и деятельность редакции. Задачи редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Конкурентноспособность издания. Экономическая достаточность. Менеджмент и редакция. Управление редакционным коллективом.

Практическое занятие.

Степень влияния экономического фактора на деятельность редакции. Цели редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Обеспечение конкурентноспособности издания. Экономическая достаточность. Менеджмент и редакция. Управление редакционным коллективом.

Задания для самостоятельной работы.

На примере любого российского периодического издания оценить величину и состав редакционного коллектива, структуру редакции, проанализировать данные, сформулировать свои предложения по улучшению работы редакции.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Средства массовой информации и рынок	Доклад на семинарском занятии	20	15-20 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10 - Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5 В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга. Изучение информационного рынка.	Доклад на семинарском занятии	15	15 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10 - Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5 В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
		Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. За каждый правильный ответ 1 балл

3.	Финансовая политика редакции.	Доклад на семинарском занятии	20	15-20 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10 - Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5 В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
4.	Особенности редакционного менеджмента.	Доклад на семинарском занятии	15	15 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10 - Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5 В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
		Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. За каждый правильны йответ 1 балл
5.	Посещаемость		10	Дополнительные баллы студент может получить при условии посещения всех лекционных и практических занятий в течение семестра.
6.	Премиальные 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 всероссий-ской конференции по тематике изу-чаемой 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		90	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
8.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену 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
85 - 100 баллов	Отлично

70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Доклад на семинарском занятии

Тема 1. Средства массовой информации и рынок

1.Журналистская информация как товар

2.Информационный рынок. Закономерности формирования и развития информационного рынка

3.Информационный рынок. Аспекты и структура информационного рынка

4.Формы организации медиабизнеса. Предпосылки основания периодического издания.

Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга. Изучение информационного рынка.

1. Выделите основные научные течения и школы исследования медиа.

2. Обоснуйте целесообразность обращения к той или иной исследовательской парадигме в своем исследовании. Укажите направления изучения медиасферы, которые вы планируете использовать в диссертации (2–3 основных направления; возможны дополнительные).

3. Выпишите все научные понятия, использующиеся в теоретической главе вашего исследования. Найдите дефиниции этих понятий, которые разработаны авторитетными исследователями. Сформулируйте рабочие определения научных понятий вашей диссертации.

Тема 3. Финансовая политика редакции.

1. Перечислите методы исследования, актуальные для вашей работы. Обоснуйте выбор методологии:

универсальные методы (анализа, синтеза, абстрагирования, обобщения, идеализации, индукции и дедукции, аналогии, моделирования, системный подход);

теоретические методы (формализации, метод мысленного эксперимента, аксиоматический метод, гипотетико-дедуктивный метод, восхождения от абстрактного к конкретному, исторический и логический методы);

эмпирические методы (наблюдения, сравнения, измерения, анкетирования, глубинного интервью, эксперимента).

2. Проведите обзор концепций медиаисследований, базирующихся на избранных вами методах. Проанализируйте возможности практического использования их в вашей исследовательской работе.

Тема 4. Особенности редакционного менеджмента.

Написать научную статью по теме вашего диссертационного исследования. Требования к статьям:

Проработка методики и методологии исследования. Использование одного или нескольких методов исследования.

Наличие аннотации (3-5 предложений) и ключевых слов (5-7).

Объем статьи – 3-5 страниц.

Оформление стандартное для оформления научных работ подобного жанра.

Наличие ссылок на источники. Количество источников – не менее трех.

Оригинальность работы – не менее 70%. Ранее работа не публиковалась.

Тестирование

Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга. Изучение информационного рынка.

1::Метод контент-анализа применяется для:
{
~оценки технического качества эфира
=анализа содержания медиатекстов
~изучения стоимости рекламного времени
}
2::Основной задачей медиаисследования является:
{
~разработка дизайна медиапродукта
~создание медиаплатформ
=изучение закономерностей функционирования СМИ
}
3::Репрезентативность выборки означает:
{
~соответствие выборки техническим требованиям
=способность выборки отражать характеристики генеральной совокупности
~численное превосходство респондентов
}
4::Фокус-группа относится к:
{
~методам статистического анализа
~методам количественного исследования
=методам качественного исследования
}
5::Массовая коммуникация отличается от межличностной:
{
~наличием обязательной цензуры
=широким охватом аудитории
~отсутствием обратной связи
}
6::При проведении социологического опроса респондентом называется:
{
~организатор исследования
~автор медиатекста
=участник исследования, отвечающий на вопросы
}
7::Медиамониторинг предполагает:
{
~создание архивов медиатекстов
=систематическое наблюдение за публикациями СМИ
~разработку медиаплана
}
8::Количественные методы исследования позволяют:
{
~анализировать эмоциональное восприятие текста
=получать статистически обрабатываемые данные
~создавать медиапродукты
}
9::Гипотеза исследования представляет собой:

{
~результат исследования
=предположение, требующее проверки
~способ оформления данных
}
10::Объект исследования – это:
{
~конкретный метод исследования
~выводы исследователя
=явление или процесс, подлежащий изучению
}

Тема 4. Особенности редакционного менеджмента.

1::Множественный выбор. Какие методы относятся к количественным исследованиям? Выберите два ответа
{
~%50%Анкетирование
~Контент-анализ
~%50%Массовый опрос
}
2::Множественный выбор. Какие признаки характерны для интернет-СМИ? Выберите два ответа
{
~%50%Интерактивность
~Периодичность выхода только в печатной форме
~%50%Оперативность обновления информации
}
3::Множественный выбор. Какие показатели используются при анализе аудитории СМИ? Выберите два ответа
{
~%50%Охват аудитории
~Формат типографии
~%50%Рейтинг
}
4::Множественный выбор. Какие методы относятся к качественным исследованиям? Выберите два ответа
{
~%50%Глубинное интервью
~Опрос на улице
~%50%Фокус-группа
}
5::Множественный выбор. Какие характеристики изучаются при сегментации аудитории? Выберите два ответа
{
~%50%Возраст
~Тип редакционного оборудования
~%50%Информационные интересы
}
6::Множественный выбор. Какие задачи решает медиамониторинг? Выберите два ответа
{

~%50%Отслеживание публикаций
~Создание медиапродукта
~%50%Анализ информационной повестки
}
7::Множественный выбор. Какие методы используются при исследовании медиатекстов? Выберите два ответа
{
~%50%Контент-анализ
~Мониторинг оборудования
~%50%Дискурс-анализ
}
8::Множественный выбор. Какие факторы влияют на медиапотребление аудитории? Выберите два ответа
{
~%50%Возрастные особенности
~Марка используемого оборудования
~%50%Информационные потребности
}
9::Множественный выбор. Какие показатели помогают оценить эффективность СМИ? Выберите два ответа
{
~%50%Охват аудитории
~Количество редакционных кабинетов
~%50%Уровень доверия аудитории
}
10::Множественный выбор. Какие виды исследований используются в медиасфере? Выберите два ответа
{
~%50%Социологические
~Бухгалтерские
~%50%Маркетинговые
}

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-4)

1. Журналистская информация как товар.
2.Аспекты и структура информационного рынка.
3.Специфика телевизионного рынка.
4.Правовые формы организации информационного бизнеса.
5.Экономические формы организации информационного бизнеса.
6.Проблемы собственности в информационном бизнесе.
7.Российский капитал на информационном рынке.
8. Иностранный капитал на информационном рынке.
9.Способы изучения рынка периодических изданий.
10.Исследование рынка потребителей информации.

Типовые задания для экзамена (ПК-4)

1.Способы изучения конкурентных изданий.

2.Планирование маркетинга.

3.Методы маркетинга.

4.Имидж и бренд периодического издания.

5.Издание и его аудитория.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-4	Способен эффективно осуществлять управление медиаредакцией
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-4	Понимает и применяет принципы управления медиаредакцией
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-4	Понимает отдельные принципы управления медиаредакцией
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-4	Не способен осуществлять управление

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 презентаци, 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. Торгушникова В. В., Смолина Е. Г., Дроздова Ю. А., Сырбу А. Н. Менеджмент массовых коммуникаций : учебное пособие. - Волгоград: РАНХиГС, Волгоградский институт управления, 2025. - 66 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=732201

2. Коречков Ю. В., Иванов С. В. Методология исследований : учебное пособие. - Москва: МУБиНТ, 2020. - 118 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/154088

3. Алайцева Т. В. Методы исследования в менеджменте : учебное пособие. - Самара: Самарский университет, 2025. - 76 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/517113

4. Байкова И. А., Барышков В. П., Колобова Е. Ю., Рубцова М. В., Шамрай А. Г. Мультимодальные методы исследования в политических связях с общественностью : монография. - Санкт-Петербург: СПбГИКиТ, 2024. - 180 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/483863

6.2 Дополнительная литература:

1. Аливанова С. В., Куренная В. В., Чередниченко О. А., Рыбасова Ю. В. Маркетинг. Основы маркетинга : учебное пособие. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. - 100 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438721

2. Буари Ф. А. Паблик рилейшенз или стратегия доверия : [Пер. с фр.]. - М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2001. - 177 с.

3. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум для вузов. - пер. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 363 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/450157

4. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 68 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/486386

5. Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А. Маркетинговые исследования: теория и практика : Учебник Для прикладного бакалавриата. - Москва: Юрайт, 2019. - 314 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/425984

6. Арский Ю.М., Гиляревский Р.С., Егоров В.С., Залаев Г.З. Информационный рынок в России. - М, 1996. - 292 с.

7. Белоцерковская, Н. В. Маркетинговые коммуникации : методические рекомендации. - Весь срок охраны авторского права; Маркетинговые коммуникации. - Орск: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) Оренбургского государственного университета, 2013. - 38 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/51551.html

8. Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Маркетинговые коммуникации. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 141 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/71285.html

9. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации : учебно-практическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Маркетинговые коммуникации. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 256 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/57161.html

6.3 Иные источники:

1. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - http://vestnik.journ.msu.ru/
2. Журнал "Журналист" - https://jrnlst.ru
3. Электронная библиотека учебников - http://studentam.net/content/category/1/2/5/
4. Электронная библиотека учебников для вузов - http://4du.ru/
5. Электронная гуманитарная библиотека - http://www.gumfak.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:

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader X (10.1.0) - Russian Adobe Systems Incorporated 25.07.2017 117,00 MB 10.1.0

7-Zip 9.20

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: https://rusneb.ru
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: https://elibrary.ru
3. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.ru/
4. 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.