

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной деятельности КФУ  
проф. Таюрский Д.А.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **Программа дисциплины**

Маркетинговые исследования в зарубежных средствах массовой информации

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Мультимедийная международная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Наговицина Т.А. (кафедра телепроизводства и цифровых коммуникаций, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), TANagovicina@kpfu.ru

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-4	способностью использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ
ОПК-7	готовностью учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности
ОПК-8	готовностью к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способность выполнить исследовательскую работу, опираясь на имеющийся российский и зарубежный опыт в данной области
ПК-3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов
ПК-4	готовностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- цели, задачи, предмет курса;
- исходные понятия "маркетинговые исследования", "электронные СМИ", "потребительский спрос";
- место маркетинговых исследований в электронных СМИ.

Должен уметь:

- ориентироваться в выборе электронных СМИ для проведения определенного рода маркетинговых исследований
- применять полученные теоретические знания на практике;
- проводить различного рода анкетирования.

Должен владеть:

- теоретическими знаниями о маркетинговых исследованиях в электронных СМИ;
- навыками грамотного выбора электронных СМИ для проведения маркетинговых исследований в определенной области"

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания на практике.

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.3 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Мультимедийная международная журналистика)" и относится к дисциплинам по выбору.  
Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 69 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 27 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен во 2 семестре.

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Введение в предмет	2	2	2	0	10
2.	Тема 2. Изучение понятий "маркетинговые исследования", зарубежные СМИ", "потребительский спрос".	2	2	2	0	10
3.	Тема 3. Изучение терминов и понятий из словаря-гlossария института маркетинговых исследований.	2	2	2	0	10
4.	Тема 4. Экономическая сущность маркетинговых исследований в зарубежных СМИ.	2	2	2	0	5
5.	Тема 5. Особенности изучения медиапродуктов США. России и стран Европы.	2	2	2	0	8
6.	Тема 6. Определение спроса в ведущих европейских странах на медиапродукты как товары.	2	2	2	0	6
7.	Тема 7. Проведение мероприятий в СМИ США, Германии, Франции и Великобритании по увеличению спроса на медиапродукты	2	0	2	0	2
8.	Тема 8. Проведение анкетированного опроса в зарубежных средствах массовой информации	2	0	2	0	8
9.	Тема 9. Онлайн фокус-группы. и их роль в проведении маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации.	2	0	0	0	2
10.	Тема 10. Сравнение традиционных и онлайн фокус-групп при проведении маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации.	2	2	2	0	2

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
11.	Тема 11. Российский и зарубежный опыт проведения маркетинговых исследований услуг в сети Интернет.	2	0	4	0	2
12.	Тема 12. Деловые игры по маркетингу в зарубежных средствах массовой информации.	2	0	4	0	2
13.	Тема 13. Проблематика Интернет-маркетинговых исследований зарубежных средств массовой информации: исследования, персоналии	2	2	6	0	2
	Итого		16	32	0	69

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

##### Тема 1. Введение в предмет

Цели и задачи курса. Рекомендуемая литература. Достижения теоретиков и практиков в области маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации.

##### Тема 2. Изучение понятий "маркетинговые исследования", зарубежные СМИ", "потребительский спрос".

Изучение понятий курса. Составление собственного глоссария.

##### Тема 3. Изучение терминов и понятий из словаря-глоссария института маркетинговых исследований.

Проведение сравнительного анализа основных терминов и понятий из словаря-глоссария института маркетинговых исследований и своего собственного глоссария.

##### Тема 4. Экономическая сущность маркетинговых исследований в зарубежных СМИ.

Специфика экономической сущности маркетинговых исследований. применение маркетинговых исследований при составлении текущих и перспективных планов работы редакции.

##### Тема 5. Особенности изучения медиапродуктов США. России и стран Европы.

Новый тренд зарубежных СМИ - медиапродукт как товар. Современные требования, предъявляемые к медиапродукту в России, странах Европы и США.

##### Тема 6. Определение спроса в ведущих европейских странах на медиапродукты как товары.

Алгоритм определения спроса на медиапродукты как товары. Определение уровня спроса на медиапродукты. Различия в предпочтениях Мразной целевой аудитории.

##### Тема 7. Проведение мероприятий в СМИ США, Германии, Франции и Великобритании по увеличению спроса на медиапродукты

Выяснить какие мероприятия необходимо провести для увеличения спроса на тот или иной медиапродукт.

##### Тема 8. Проведение анкетированного опроса в зарубежных средствах массовой информации

Изучение понятия "анкетированный опрос". Провести опрос на тему: "Как увеличить спрос на медиапродукты".

##### Тема 9. Онлайн фокус-группы. и их роль в проведении маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации.

Онлайн фокус-группы: понятие, применение в маркетинговых исследованиях. плюсы и минусы применения данного исследования.

##### Тема 10. Сравнение традиционных и онлайн фокус-групп при проведении маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации.

Общее и различие традиционных и онлайн фокус-групп. современные тенденции развития маркетинговых исследований в зарубежных СМИ.

##### Тема 11. Российский и зарубежный опыт проведения маркетинговых исследований услуг в сети Интернет.

специфика российского и зарубежного опыта проведения маркетинговых исследований услуг в сети Интернет: общее и различие. Влияние менталитета страны на выбор медиапродуктов.

## **Тема 12. Деловые игры по маркетингу в зарубежных средствах массовой информации.**

Подготовить сценарий и провести деловую и груигру "Я- маркетолог".

## **Тема 13. Проблематика Интернет-маркетинговых исследований зарубежных средств массовой информации: исследования, персоналии**

Целесообразность использования Интернета при проведении маркетинговых исследований. Специфика подобных исследований. Влияние Интернета на маркетинговые исследования. можельсовременного медиапродукта.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

## **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

маркетинг - <http://www.grandars.ru/student/marketing/marketing.html>

маркетинг медиаисследования - <http://www.twirpx.com/file/679000/>

маркетинг медиаисследования - <http://marketing.web-3.ru/research/media/>

маркетинговые исследования - <https://www.testograf.ru/ru/business-resheniya/>

маркетинговые исследования - <http://media-polus.ru/view/27/>

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Цель письменного домашнего задания - сформировать и закрепить у студентов навыки и умения практической работы в современных условиях развития мировых СМИ.

К задачам самостоятельных занятий относятся:

- а) выработка умений работы с теоретической литературой;
- б) тренинг исследовательских методик (фокус-групп, глубинных интервью, моделирования и т.п.);
- в) профессиональное знакомство с практической журналистикой за рубежом;
- г) ориентация в мировой системе СМИ;
- д) умение налаживать связи с зарубежными СМИ;

Письменные домашние задания студентов-международников проводятся под руководством консультанта-преподавателя..

Письменные домашние задания снабжены методикой выполнения. Методические разработки содержат: формулировку задания, цель и задачи работы, алгоритм выполнения работы.

Требования к устному опросу:

1. Развернутый ответ должен быть полным структурно: состоять из вступления, основной части, включающей в себя изложение материала, примеров, их обоснование, и концовки.
2. Начало и концовка должны соответствовать теме высказывания.
3. Ответ должен быть полным, т.е. освещать все сформулированные вопросы.
4. Иллюстративная часть должна быть представлена полно и правильно. примеры приводятся в соответствии с темой устного ответа. примеров должно быть достаточное количество, чтобы проиллюстрировать каждое положение.
5. Объяснение примеров нельзя признать полным и правильным, если анализ конкретного примера подменен указаниями общего характера.
6. Необходимо следовать за тем, чтобы ответ не был перегружен лишней информацией, не имеющей отношения к теме.
7. Ответ должен быть последовательным и связным.
8. Говорить следует в таком темпе и настолько громко, чтобы все было понятно, чтобы классу было комфортно воспринимать ответ; не следует забывать о логическом ударении на особо важных словах.
9. Необходимо избегать длинных неоправданных пауз, т.к. они мешают восприятию речи. а в важных фрагментах ответа делать паузы, дающие возможность осмыслить сказанное.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

#### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе "Мультимедийная международная журналистика".



*Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.3 Маркетинговые исследования в зарубежных  
средствах массовой информации*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Мультимедийная международная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

**Основная литература:**

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2012. - 325 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=342869>

2. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Журналистика' / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 536 с. - (Серия 'Медиаобразование'). - ISBN 978-5-238-01499-9.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377035>

3 А. Бриггз.'Связи с общественностью' (350400) и 'Реклама' (350700) / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). - ISBN 0-582-42346-5 (англ.), ISBN 5-238-00960-7 (русск.).// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391910>

4. Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс] : монография / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова. - М. : Флинта : Наука, 2013. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1360-0 (Флинта), ISBN 978-5-02-037752-3 (Наука)// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455346>

**Дополнительная литература:**

Копнина, Г. А. Речевое манипулирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.А. Копнина. - 4-е изд., испр. - М. : ФЛИНТА, 2012. - 170 с. - ISBN 978-5-9765-0060-0//<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455327>

Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706>

Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. - М.: РИП-холдинг, 2006. - 200 с.

Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 398 с.

*Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.3 Маркетинговые исследования в зарубежных  
средствах массовой информации*

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Мультимедийная международная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.