

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



подписано электронно-цифровой подписью

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: 2017

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, способностью 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 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, персоналии	2	2	6	0	2
	Итого		16	32	0	69

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в предмет

Введение в предмет. Цели и задачи курса " Маркетинговые исследования в зарубежных средствах массовой информации ". Рекомендуемая основная и дополнительная литература по курсу Маркетинговые исследования в зарубежных средствах массовой информации " . Достижения теоретиков и практиков в области маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации.

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

Современное состояние Маркетинговых исследований в зарубежных средствах массовой информации " Изучение понятий курса. Составление собственного глоссария. по курсу Маркетинговые исследования в зарубежных средствах массовой информации . Применения глоссария при изучении курса. Специфика применения глоссария в разных СМИ.

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. Тенденции развития Причины появления новых маркетинговых терминов и их применение в разных областях журналистики. Примеры использования определенных терминов.

Тема 4. Экономическая сущность маркетинговых исследований в зарубежных СМИ.

Специфика экономической сущности маркетинговых исследований. при маркетинговых исследованиях СМИ. маркетинговых исследований при составлении текущих и перспективных планов работы редакции. Связь маркетинговых исследований с экономикой конкретной страны.

Примеры правильных маркетинговых исследований.

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. Изучение медиарынка современных СМИ. Изучение аудитории и ее запросов. Изучения маркетинговых исследований современного медиарынка. Изучение мультимедийной журналистики.

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. Изучение понятий "спрос". "спрос на медиапродукты". Специфика проведения маркетинговых исследований в разных странах. Причины разных подходов. Примеры разных подходов к проведению маркетинговых исследований.

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. Понятия "медиарынок ". "медиапродукция". Изучение

Изучение медийного рынка и запросов потребителей. Характеристика новой аудитории медиарынка. Гендерные аспекты телевизионной аудитории: специфика изучения.

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

Изучение понятия "анкетированный опрос". Провести опрос на тему: "Как увеличить спрос на медиапродукты". Практика проведения анкетированного опроса в зарубежных средствах массовой информации. - в России. США. Германии. Великобритании. Италии. Испании. Японии. Китая. Турции. Греции и др. стран Ближнего и дальнего зарубежья.

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. Организация фокус-групп. Проведение маркетинговых исследований составление графиков и таблиц с результатами маркетинговых исследований. исследований СМИ РТ И РФ в фокус-группах. Анализ проведенного маркетингового исследования.

Тема 10. Сравнение традиционных и онлайн фокус-групп в зарубежных средствах массовой информации

Общее и различие традиционных и онлайн фокус-групп. современные тенденции развития маркетинговых исследований в зарубежных СМИ. Тенденции развития новых маркетинговых исследований СМИ. Маркетинговые исследования новых масс-медиа: специфика и тенденции развития в России и за рубежом. Изучение маркетинговых исследований регионального рынка 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. Интернет как новая платформа проведения маркетинговых исследований мирового медиарынка. применение новых технологий в изучении маркетинговых исследований.

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

Понятие "деловая игра". Виды деловых игр. Условия для проведения деловых игр. Участники деловых игр. Подготовить сценарий и провести деловую игру "Я- маркетолог". применение деловых игр на практике. Сложности в проведении деловых игр. Деление участников деловых игр на группы. Причины этого деления.

Тема 13. Проблематика Интернет-маркетинговых: исследований, персонала

Целесообразность использования Интернета при проведении маркетинговых исследований. Специфика подобных исследований. Влияние Интернета на маркетинговые исследования. возможности современного медиапродукта. Трудности, связанные с проведением маркетинговых исследований СМИ. Специфика изучения печатных и интернет-СМИ.

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)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Лекции составляют основу теоретического обучения и дают систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывают состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрируют внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируют их активную познавательную деятельность и способствуют формированию творческого мышления.</p> <p>Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, сопровождающееся демонстрацией видеофильмов, схем, плакатов, показом моделей, приборов, макетов, использование мультимедиа аппаратуры.</p> <p>Лекции читаются заведующими кафедрой, профессорами, доцентами и старшими преподавателями, как правило, для лекционных потоков. В порядке исключения к чтению лекций допускаются наиболее опытные преподаватели и ассистенты, имеющие учёную степень или педагогический стаж не менее пяти лет.</p> <p>Лекция является исходной формой всего учебного процесса, играет направляющую и организующую роль в самостоятельном изучении предмета. Важнейшая роль лекции заключается в личном воздействии лектора на аудиторию.</p> <p>Основные требования к лекции</p> <p>Глубокое научное содержание.</p> <p>Творческий характер.</p> <p>Информационная насыщенность.</p> <p>Единство содержания и формы.</p> <p>Логически стройное и последовательное изложение.</p> <p>Яркость изложения.</p> <p>Учёт характера и состава аудитории.</p>
практические занятия	<p>Практические занятия – метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы.</p> <p>Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях.</p> <p>В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи. Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях. В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи.</p> <p>Практические занятия по курсу могут проводиться в различных формах. Характерным для гуманитарных курсов видом заданий является анализ текстов с результатами исследований и их обсуждение. Рекомендуются активные формы занятий, такие как дискуссия, деловая игра, тренинг. Преподавателю важно давать задания в соответствии с возможностями обучающихся на данной стадии обучения, чтобы обеспечить им уверенность в своих силах.</p> <p>Практическое занятие должно опираться на известный теоретический материал, который изложен или на который дана соответствующая ссылка в лекции.</p> <p>Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления определенных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.</p> <p>Одно или несколько занятий желательно провести в компьютерном классе с доступом в глобальную сеть. Целью такого занятия может быть помощь в организации выполнения заданий самостоятельной работы, которые ориентированы на поиск информации в Интернет.</p> <p>Обучающиеся должны всегда видеть ведущую идею курса и ее связь с практикой</p>

Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	<p>Самостоятельные работы занятия - метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы.</p> <p>Лабораторные занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях.</p> <p>В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи. Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях. В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи.</p> <p>Практические занятия по курсу могут проводиться в различных формах. Характерным для гуманитарных курсов видом заданий является анализ текстов с результатами исследований и их обсуждение. Рекомендуются активные формы занятий, такие как дискуссия, деловая игра, тренинг. Преподавателю важно давать задания в соответствии с возможностями обучающихся на данной стадии обучения, чтобы обеспечить им уверенность в своих силах.</p> <p>Практическое занятие должно опираться на известный теоретический материал, который изложен или на который дана соответствующая ссылка в лекции.</p> <p>Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления определенных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.</p> <p>Одно или несколько занятий желательно провести в компьютерном классе с доступом в глобальную сеть. Целью такого занятия может быть помощь в организации выполнения заданий самостоятельной работы, которые ориентированы на поиск информации в Интернет.</p> <p>Обучающиеся должны всегда видеть ведущую идею курса и ее связь с прак</p>
экзамен	<p>Результаты сдачи итогового экзамена определяются оценками 'отлично', 'хорошо', 'удовлетворительно', 'неудовлетворительно'. При определении оценки экзамена учитываются выявленные знания студента, а также уровень его теоретической, научной и практической подготовки.</p> <p>Результаты экзамена объявляются в этот же день.</p> <p>Студентам, получившим на экзамене неудовлетворительную оценку, предоставляется право сдачи этого экзамена в дополнительную сессию.</p>

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: 2017

Основная литература:

Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Реклама', 'Маркетинг', 'Психология', 'Социология', 'Журналистика' / Бузин В.Н., Бузина Т.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. ISBN 978-5-238-01769-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872862>

Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.:Дашков и К, 2018. - 324 с.: ISBN 978-5-394-00792-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/342869>

Дополнительная литература:

Колокольцева, Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс] : коллективная монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - М. : Флинта : Наука, 2011. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037667-0 (Наука). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406010>

Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. ? 2-е изд., стер. ? М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. ? 128 с. - ISBN 978-5-89349-987-2 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-034816-5 (Наука) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/457226>

Чернова, О. Е. Текст и Дискурс [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / О. Е. Чернова. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 120 с. - ISBN 978-5-9765-1663-2. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466439>

*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: 2017

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.