

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Развитие территорий



УТВЕРЖДАЮ

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

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Средства массовой информации: государственное управление и экономика

Направление подготовки: 38.03.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

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) Леонтьева Л.С. (кафедра государственного и муниципального управления, Институт управления, экономики и финансов), LSLeonteva@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
ПК-1	умением определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения
ПК-26	владением навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти и организаций

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

знать:

систему понятий и терминов, связанных с организационно-экономической деятельностью СМИ;
общие представления о принципах и особенностях управления персоналом редакции;
общие закономерности экономических процессов на медиарынке

Должен уметь:

уметь:

определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска периодического издания;
разбираться в многообразии форм экономической деятельности медиабизнеса;
ориентироваться в вопросах издательской и коммерческой деятельности СМИ;
представлять механизм формирования бюджета редакции, прибыли, рентабельности, оплаты труда журналиста

Должен владеть:

владеть:

навыками управления современным СМИ в части проектирования организационной структуры;
методами отбора наиболее подходящих организационных форм;
современными методиками управления персоналом в редакциях СМИ

Должен демонстрировать способность и готовность:

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

систему понятий и терминов, связанных с организационно-экономической деятельностью СМИ;
общие представления о принципах и особенностях управления персоналом редакции;
общие закономерности экономических процессов на медиарынке.

уметь:

определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска периодического издания;
разбираться в многообразии форм экономической деятельности медиабизнеса;
ориентироваться в вопросах издательской и коммерческой деятельности СМИ;
представлять механизм формирования бюджета редакции, прибыли, рентабельности, оплаты труда журналиста;

владеть:

навыками управления современным СМИ в части проектирования организационной структуры;
методами отбора наиболее подходящих организационных форм;
современными методиками управления персоналом в редакциях СМИ.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе в 5 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 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 26 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 5 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. СМИ: системные характеристики, функции, структура	5	2	2	0	4
2.	Тема 2. Информационный рынок: специфика, структура, типы собственности	5	2	2	0	4
3.	Тема 3. Экономические особенности СМИ: печатные, электронные, онлайн-овые	5	6	6	0	6
4.	Тема 4. Управление средствами массовой информации: макро- и микроэкономические уровни	5	4	4	0	6
5.	Тема 5. Основы редакционно-издательского маркетинга. Конкуренция СМИ.	5	2	4	0	4
6.	Тема 6. Рекламная политика редакции, ее направления	5	2	2	0	6
7.	Тема 7. Управление персоналом в СМИ	5	2	2	0	6
8.	Тема 8. Имидж и бренд периодического издания	5	2	2	0	6
9.	Тема 9. Этические и правовые основы медиа-менеджмента	5	2	2	0	6
10.	Тема 10. Связи с общественностью в редакционных структурах	5	2	2	0	6
	Итого		26	28	0	54

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. СМИ: системные характеристики, функции, структура

Массовая информация. Двойственность журналистской информации. Специфика журналистской информации как товара, его стоимости и потребительской стоимости. Социально-экономические факторы развития медиаиндустрии: ИКТ; конкуренция имиджей и рекламная информация; свободное время у потребителей информации. Современные СМИ - инструмент влияния и контроля в политике и бизнесе; инструмент развития современной экономики; коммерческое предприятие.

СМИ как медиасистема, ее структурные особенности, типологические характеристики, типформирующие факторы. Типы и виды СМИ. Традиционные и инновационные СМИ в структуре современной медиасистемы России.

Тема 2. Информационный рынок: специфика, структура, типы собственности

Правовые предпосылки информационного бизнеса: ст. 29 Конституции РФ, ст. 19 и 19-1 закона "О средствах массовой информации", законы об акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью, влияние их на экономическую самостоятельность редакций.

СМИ как предприятие. Российский рынок СМИ: общая ситуация. Факторы динамичного развития рынка СМИ, его изменения (сокращение аудитории ежедневных газет и рост тиражей еженедельников и журналов, многоцветных таблоидов), падение социальной и просветительской роли прессы, потеря многими СМИ экономической независимости. Структура информационного рынка.

Ресурсный рынок: финансы, типографии, техника, кадры журналистов, коммерческих и технических работников СМИ, база распространения, информационные агентства, рынок периодических изданий (собственное издание, издания конкурентов, все издания), рынок потребителей информации (потенциальном, расчетном, реальном).

Владельцы и управляющие в медиабизнесе. Типы собственников СМИ. Государство как собственник.

СМИ. Частные и акционированные предприятия СМИ. Необходимость коллективных форм управления СМИ и их особенности. (СМИ: ООО, ОДО, ИД, ЗАО, АО, концерн, холдинг).

Тема 3. Экономические особенности СМИ: печатные, электронные, онлайн-овые

Принципы производства и распространения как основа экономических особенностей различных секторов медиаиндустрии.

Тема 3.1. Экономические особенности печатных СМИ.

Газета - продукт с высокой стоимостью первой копии; все стадии газетного производства тесно связаны между собой; эффективность распространения газеты оказывает большое влияние на ее общую конечную стоимость и на отношение к ней аудитории; двойная роль рекламы.

Журналы - промежуточное положение в медиаиндустрии между газетами и книгами: редкая периодичность, меньшая затратность распространения; визуальный и вербальный компоненты сосуществуют как равные части целого, высокие расходы на подготовку и издание журнала; адресность, ориентация на определенную группу читателей избирательность, с точки зрения содержания и рекламы.

Телевидение - лидер медиаиндустрии. Структура: вещательные компании, распространяющие телесигнал; продюсерские, производящие телепрограммы. По критерию технологии распространения телесигнала: эфирное, кабельное и спутниковое ТВ.

Модели организации вещательной сферы: коммерческое, общественное и государственное телевидение.

Доминирующая модель организации телеиндустрии - смешанная. Смешанная модель финансирования = государственный бюджет + реклама + спонсорская помощь крупных корпораций, близких к государственным структурам.

Конкурентные преимущества онлайн-овых СМИ: отсутствие территориальных ограничений доступа; фактическая невозможность контроля за доступом и контролем за содержанием; минимальный срок возможности обновления информации; возможность размещения безграничного объема информации.

Виды интернет-СМИ: онлайн аналог классических офлайн-овых СМИ и самостоятельные Интернет СМИ.

Тема 4. Управление средствами массовой информации: макро- и микроэкономические уровни

Макроуровень: управление СМИ как социальным институтом. Основная цель - формирование в обществе рамок для информационных потоков, встраивание СМИ в систему институтов национального государства. Его инструменты - законотворчество, антимонопольное регулирование, обеспечение доступа к информации и выборочная экономическая поддержка.

Микроуровень: управление предприятиями СМИ - менеджмент как управление производством с целью повышения его эффективности и увеличения прибыли.

Редакционный менеджмент - деятельность, связанная с экономическим управлением редакцией или компанией. Менеджмент СМИ - совокупность принципов, методов, средств и форм подготовки и выпуска издания с целью удовлетворения потребностей аудитории и получения прибыли; наука управления человеческими отношениями в процессе производственной деятельности коллектива СМИ, а также в ходе взаимосвязей с инфраструктурой журналистики и потребителями информации.

Тема 5. Основы редакционно-издательского маркетинга. Конкуренция СМИ.

Сущность и цели редакционно-издательского маркетинга: удовлетворение информационных потребностей и запросов аудитории периодического издания, создание условий для продвижения периодического издания на рынок, получение максимально возможной прибыли посредством выпуска периодического издания.

Специфика редакционно-издательского маркетинга: СМИ производят одновременно два разных товара. Для аудитории ? журналистская информация. Для рекламодателей - аудитория как товар. Реализация товаров на разных рынках: информационном и рекламном.

Концепция 4P в применении к СМИ: Product (товар), Price (цена), Place (место), Promotion (продвижение).

Сегментация рынка СМИ. Конкурентная борьба на информационном рынке. СМИ ? сдвоенный рынок товаров и услуг.

Тема 6. Рекламная политика редакции, ее направления

Ключевые составляющие рекламной политики редакции: определение цены рекламы в издании, выработка системы ее публикации, планирование рекламных продаж.

Рекламодателей интересуют: характеристики аудитории СМИ (социально-демографические, психографические, географические), охват аудитории конкретными СМИ (для печатных СМИ ? тираж и его привязка к географическому рынку, для аудиовизуальных ? частота вещания, наличие сетевых партнеров), степень доверия аудитории к СМИ, экономическая эффективность рекламы (показатель, который отражает затраты рекламодателя на то, чтобы с его товаром/услугой познакомилась тысяча потенциальных покупателей). Поэтому знание своей аудитории для предприятий СМИ - ключ к успеху на рекламном рынке.

Учет ситуации на рекламном рынке региона, цена на рекламную площадь (эфир), ее себестоимость.

Планирование рекламных продаж.

Тема 7. Управление персоналом в СМИ

Творческий коллектив как основной ресурс современных медиа. Концепция издания как фундамент в построении персонал-стратегии в СМИ. Влияние различных факторов на выбор стратегии управления.

Участники процесса управления персоналом в СМИ: иерархия, типы связей, зоны ответственности. Система методов управления редакцией. Формулирование творческих и экономических целей работы коллектива.

Особенности управления творческими коллективами. Набор и отбор персонала в контексте стратегических задач СМИ. Проблема "компетенции" в процессе управления персоналом. Управление карьерой. Мотивация, стимулирование и оплата труда персонала в СМИ. Объективная оценка трудового вклада творческого работника: границы возможного.

Факторы, влияющие на формирование и планирование развития персонала в СМИ. Задачи управления на разных этапах функционирования СМИ.

Тема 8. Имидж и бренд периодического издания

Понятие имиджа периодического издания. Имидж как фактор, определяющий модель периодического издания. Бренд торговая марка со сложившимся имиджем. Определение бренда (комплекс впечатлений, которые остаются у покупателя в результате использования товара. Составные части бренда: характеристика типа издания, его уровня и качества, нацеленности на определенную аудиторию. Функции бренда по идентификации СМИ при упоминании.

Типология брендов СМИ: глобальный, ведущий, нишевый.

Ребрендинг (приемы ребрендинга). Кобрендинг (примеры кобрендинга на рынке российских СМИ).

Разработка фирменного знака. Регистрация фирменного имени издания.

Укрепление связи периодического издания с аудиторией. Организация работы с читателями, получение информации непосредственно от читателей и зрителей. Создание сети штатного редакционного актива и работа с ним.

Специалисты-консультанты в работе периодического издания. ?Круглые столы?, читательские конференции и другие мероприятия, помогающие изданию быть в курсе изменения мнения аудитории. Работа с письмами читателей.

Дизайн периодического издания. Факторы, влияющие на выбор дизайна.

Тема 9. Этические и правовые основы медиа-менеджмента

Система современного российского законодательства о СМИ. Закон РФ о средствах массовой информации как базовый нормативный акт. Государственные органы управления и контроля в сфере СМИ: правовой статус, основные функции. Права собственности в сфере СМИ. Правовое положение владельца и учредителя органа информации. Права и обязанности журналиста. Нормы авторского права в сфере журналистики. Правовое регулирование деятельности СМИ в период избирательных кампаний. Судебная и общественная защита свободы СМИ. Международное гуманитарное право в сфере журналистской деятельности.

Законодательство Российской Федерации, международные правовые документы, определяющие обязанности журналиста по соблюдению нравственных норм. Закон ?О средствах массовой информации?, статья 51 и запрет на использование журналистом своего права на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями.

Недопустимость клеветы и диффамации. Принципиальное неучастие журналиста в косвенной рекламе.

Этический запрет на написание заказных материалов.

Этический имидж периодического издания и его прямая связь с экономическим успехом. Разработка в редакции кодекса профессиональной чести. Механизмы саморегулирования СМИ.

Взаимосвязь экономики, права и этики. Влияние нарушений этических норм на снижение тиража газеты и рейтинга телерадиопередат.

Тема 10. Связи с общественностью в редакционных структурах

PR в системе СМИ. Ориентиры деятельности специалистов по связям с общественностью в редакциях. Технология проведения ими информационных исследований, PR-акций, с целью достижения оптимальных экономических результатов, организация работы по формированию положительного микроклимата в редакционном коллективе. Формирование деловых отношений между СМИ и организацией (фирмой), с рекламодателями.

Укрепление связи периодического издания с аудиторией. Организация работы с читателями, получение информации непосредственно от читателей и зрителей. Создание сети штатного редакционного актива и работа с ним. Специалисты-консультанты в работе периодического издания. ?Круглые столы?, читательские конференции и другие мероприятия, помогающие изданию быть в курсе изменения мнения аудитории. Работа с письмами читателей.

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 планируемому результату 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)

AtPrint: Медиа-банк информационных кампаний. - <http://www.atprint.ru/>

Карта СМИ. Казань - <http://www.karta-smi.ru/index.php?FilterCity=29>

Карта СМИ. Рынок масс-медиа сегодня - <http://www.karta-smi.ru/>

Масс медиа Татарстана в интернете - <http://yaca.yandex.ru/yaca/geo/Russia/Volga/Tatarstan/cat/Media/>

Медиаспрут - <http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml>

Публичная Библиотека. Поиск и анализ информации СМИ - <http://www.public.ru/about/>

Рейтинг российских СМИ от Mail.Ru. - <http://top.mail.ru/Rating/MassMedia/>

Республиканское агентство по печати и массовой коммуникации ?Татмедиа - <http://tatmedia.ru/>

Рсокомнадзор. Перечень наименований зарегистрированных СМИ -

<http://www.rsoc.ru/mass-communications/reestr/media/?letter=%CD>

СМИ России онлайн 360 - <http://www.online360.ru/index.htm>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	студентам предлагаются лекции по всем темам учебного плана с презентационным материалом по каждому вопросу, с аудио и видео материалами, раскрывающими проблематику или задающими учебные кейсы. Самостоятельная работа студента с лекционным материалом предполагает не только запоминание, но и рефлексивный анализ, самостоятельные размышления и выводы.
практические занятия	Практические занятия предполагают подготовку презентационного материала по теме. Презентация дает возможность наглядно представить студенческой аудитории инновационные идеи, разработки и планы. Учебная презентация представляет собой результат самостоятельной работы студентов, с помощью которой они наглядно демонстрируют материалы публичного выступления перед аудиторией.
самостоятельная работа	самостоятельная работа предполагает выполнение заданий, выдаваемых преподавателем по каждой теме семинарского занятия; информационно-коммуникативный анализ выбранной социально значимой ситуации, подготовку доклада по актуальной теме и его презентационную защиту на семинарском занятии, ответы на устные вопросы во время обсуждения.
зачет	По каждой теме учебного курса преподавателем разработаны контрольные вопросы для проверки глубины освоения учебного материала. Данные вопросы предлагаются студентам для самостоятельной подготовки. На итоговом собеседовании они предоставляются студенту в форме билетов, в каждом из которых есть два вопроса.

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.

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 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки "не предусмотрено".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.02 Средства массовой информации:
государственное управление и экономика*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

Киселев Александр Георгиевич. Теория и практика массовой информации: Общество - СМИ - власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Связи с общественностью' / Киселев А.Г. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01742-6.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=883125>

Никуличев Ю. В. Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. Учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 550 с.: ISBN 5-238-00960-7.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872861>

Шарков Феликс Изосимович/ Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.: Дашков и К, 2017. - 488 с.: 60x84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=329134>

Дополнительная литература:

Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7, 500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398446>

Набокова Лариса Семеновна. Теория и практика массовой информации: Учебное пособие / Набокова Л.С., Ноздренко Е.А., Набоков И.А. - Краснояр.: СФУ, 2016. - 242 с.: ISBN 978-5-7638-3413-0.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=967842>

Блохин Игорь Николаевич. Журналистика в этнокультурном взаимодействии: учебное пособие: Учебное пособие / Блохин И.Н. - СПб: СПбГУ, 2013. - 198 с.: ISBN 978-5-288-05438-9.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=940790>

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.02 Средства массовой информации:
государственное управление и экономика*

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

Направление подготовки: 38.03.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

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.