

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

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

### Медиаэкономика

Направление подготовки: 42.03.05 - Медиакоммуникации

Профиль подготовки: Производство и продвижение медиаконтента

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

## 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. Мюллер Д.Г. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Dmitrij.Mjuller@ksu.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             | Способен участвовать в координации работы технических, управленческих, творческих подразделений организаций сферы медиа и их взаимодействий с внешней средой |
| ПК-2             | Способен взаимодействовать с разными организациями, учреждениями и иными контрагентами для создания медиапроектов                                            |

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

принципы координации работы технических, творческих подразделений организаций сферы медиа; подходы к организации взаимодействия с контрагентами для создания медиапроектов;

Должен уметь:

координировать работу подразделений организаций сферы медиа; планировать организацию взаимодействия с контрагентами для создания медиапроектов;

Должен владеть:

навыками координации работы подразделений организаций сферы медиа и обеспечения их взаимодействий с внешней средой, навыками организации взаимодействия с контрагентами.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- использовать полученные знания в контексте своей профессиональной деятельности

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

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.06 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.05 "Медиакоммуникации (Производство и продвижение медиаконтента)" и относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 2 курсе в 4 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 - 32 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 76 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 4 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                                          | Се-местр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                    |                              |                           |                             |                           | Само-стоя-тельная ра-бота |
|----|----------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
|    |                                                                      |          | Лекции, всего                                            | Лекции в эл. форме | Практи-ческие занятия, всего | Практи-ческие в эл. форме | Лабора-торные работы, всего | Лабора-торные в эл. форме |                           |
| N  | Разделы дисциплины / модуля                                          | Се-местр | Лекции, всего                                            | Лекции в эл. форме | Практи-ческие занятия, всего | Практи-ческие в эл. форме | Лабора-торные работы, всего | Лабора-торные в эл. форме | Само-стоя-тельная ра-бота |
| 1. | Тема 1. . Формирование медиа-индустрии                               | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 2. | Тема 2. Концепция медиа-проекта                                      | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 3. | Тема 3. Организационно-административные процессы создания нового СМИ | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 4. | Тема 4. Экономические процессы создания нового СМИ                   | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 5. | Тема 5. Производственно-технические процессы создания нового СМИ     | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 8                         |
| 6. | Тема 6. Творческие процессы создания нового СМИ                      | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 8                         |
| 7. | Тема 7. Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях          | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 8. | Тема 8. Структура медиа-предприятия                                  | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Содержание дисциплины (модуля)                                       |          |                                                          |                    |                              |                           |                             |                           |                           |
| 42 | Тема 1. . Формирование медиа-индустрии                               | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Тема 2. Концепция медиа-проекта                                      | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Тема 3. Организационно-административные процессы создания нового СМИ | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Тема 4. Экономические процессы создания нового СМИ                   | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Тема 5. Производственно-технические процессы создания нового СМИ     | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 8                         |
| 42 | Тема 6. Творческие процессы создания нового СМИ                      | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 8                         |
| 42 | Тема 7. Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях          | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Тема 8. Структура медиа-предприятия                                  | 4        | 2                                                        | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 10                        |
| 42 | Итого                                                                |          |                                                          |                    |                              |                           |                             |                           | 76                        |

Понятие медиа-индустрии. Информация как основа медиа-индустрии. Роль СМИ в по-литической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. Ин-ституциональная основа индустрии СМИ. Структура рынка информационной продукции и услуг. Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты. инве-стиционные возможности на информационном рынке. Рынок идей, материалов, техниче-ских и трудовых ресурсов для производства СМИ. Рынок покупателей информации. Ре-гулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес. Причины государственной поддержки: поддержка плюра-лизма, конкуренции мнений. Система государственной поддержки СМИ в России

### Тема 2. Концепция медиа-проекта

Типология СМИ как базовая идея создания медиа-проекта. Изучение существующего медиа-рынка и конкурентная среда. Позиционирование СМИ в избранном рыночном сегменте. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши. Исследование рынка потре-бителей информации. Технология вывода медиа-проекта на рынок: поиск и возникнове-ние творческой идеи ? создание концепции ? создание бизнес-плана ? поиск инвестора ? регистрация СМИ ? регистрация предприятия-издателя ? внедрение бизнес-процессов деятельности СМИ ? выход на ?точку безубыточности? ? создание торговой марки ? раз-витие медиа-проекта ? создание бренда ? поддержание и развитие бренда.

### Тема 3. Организационно-административные процессы создания нового СМИ

Формирование правовой службы СМИ. Выбор организационно-правовой формы ме-диа-компания. Регистрация СМИ в установленном порядке, постановка его на учет в налоговой инспекции. Назначение генерального директора. Назначение главного бухгал-тера. Назначение главного редактора (контент-директора) СМИ. Создание системы опла-ты труда. Устав СМИ. Создание положения о разделении полномочий между редакцией СМИ и нежурналистским коллективом. Принятие положения о редакционной политике. Положение о документообороте между инвестором и СМИ. Создание штатного расписа-ния предприятия, должностных инструкций сотрудников. Аренда (покупка) помещений и материально-техническое снабжение СМИ. Логистика в СМИ. Организация товарно-сырьевых потоков. Создание и выстраивание системы текущего управления жизнеде-ятельностью медиа-предприятия через систему принятия и исполнения решений.

### Тема 4. Экономические процессы создания нового СМИ

Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта. Создание модели выхода СМИ на ?точку безубыточности? и последующее обеспечения экономической самостоятельности. Проблема первоначаль-ного капитала: способы и методы его передачи СМИ. Положение об учетной политике на медиа-предприятии. Система контроля над исполнением бизнес-плана. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиа-компаний. Создание экономико-финансового алгоритма работы предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячно-го, ежеквартального, полугодового, годового. Система производственных совещаний. Система документооборота. Система рабочих планов сотрудников и отчетов по ним. Си-стема продвижения на рынок. Система диверсификации деятельности медиа-предприятия.

#### **Тема 5. Производственно-технические процессы создания нового СМИ**

Создание технического коллектива СМИ. Определение технической платформы по-становки учета на предприятии. Программы, используемые в технологии создания кон-тента СМИ разных типов. Преимущества и недостатки программ. Создания контент-формата в зависимости от типа медиа-проекта: содержательная, дизайнерская, визуальная, аудиальная модели. Создание корпоративной электронной системы управления СМИ. Создание выпускающей бригады (группы), определение ее состава и компетенции. Вы-страивание отношений с техническими службами при производстве медиа-продукта. Со-здание и диверсификация интернет-версии медиа-проекта. Улучшение качества распро-странения и вещания. Создание резервных способов доставки сигнала, максимизация аудитории, точечное расширение

#### **Тема 6. Творческие процессы создания нового СМИ**

Создание творческого коллектива медиа-проекта. Уточнение формата в зависимости от типа СМИ. Оформление формата медиа-проекта во внутрифирменный документ. Созда-ние системы перспективного планирование деятельности медиа-проекта (планирование номера, программного контента, сетки вещания). Создание системы взаимодействия с коммерческой службой. Участие в профессиональных выставках и конференциях. Ин-струменты повышения доверия к медиа-проекту как СМИ. Редакционные ноу-хау. Спе-циальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проек-тов/линеек. Развитие программных продуктов. Роль личности медиа-менеджера в выве-дении медиа-проекта на рынок. Интернет как инструмент продвижения СМИ на рынке, как свидетельство современности издания

#### **Тема 7. Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях**

Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации дея-тельности медиа-предприятия. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание). Подго-товка организации к введению процедур регулярного менеджмента: определение центров финансовой ответственности (ЦФО), определение центров бюджетирования (ЦБ), поста-новка системы бухгалтерского и административного учета, разработка и внедрение доку-ментооборота и системы контроля за исполнением решений и поручений. Введение про-цедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности медиа-компаний.

#### **Тема 8. Структура медиа-предприятия**

Типы структур организации. Основные типы структур ? организационно-функциональная и дивизиональная. Особенности дивизиональной структуры, ее пре-имущества перед остальными в условиях рынка. Структура предприятия, издающего СМИ как монопродукт. Структура предприятия, издающего СМИ в ряду других видов деятельности. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административ-ная, правовая, техническая, творческая и менеджерская. Внутренние нормативные доку-менты, определяющие структуру предприятия и правила взаимодействия между ее со-ставляющими и сотрудниками: положение о структуре медиа-компаний, положения о подразделениях, типовые должностные инструкции, типовой трудовой договор, положе-ние об оплате труда, ряд иных положений внутреннего характера.

### **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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/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)**

Cossa - интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде - <https://www.cossa.ru/>

Агентство стратегических коммуникаций Никколо М - <http://nikkolom.ru/>

Экосистема "Флакон" - flacon.ru

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

| Вид работ              | Методические рекомендации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| лекции                 | В рамках изучения курса студенты должны обратить внимание на фиксацию лекционного материала, дополняемого вспомогательными материалами, в том числе материалами по курсу в электронном виде. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы |
| практические занятия   | В рамках практических занятий студенты должны обратить внимание на материалы по курсу в электронном виде. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы                                                                                    |
| самостоятельная работа | В рамках самостоятельной работы студенты должны обратить внимание на вспомогательные материалы, в том числе материалы по курсу в электронном виде. Подготовка к самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы                                                                  |
| экзамен                | В рамках подготовки к экзамену после изучения курса студенты должны обратить самое пристальное внимание на содержание лекционного материала, дополняемого вспомогательными материалами, в том числе материалами по курсу в электронном виде. Подготовка к итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы                               |

## 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.

## 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 42.03.05 "Медиакоммуникации" и профилю подготовки "Производство и продвижение медиаконтента".

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

Направление подготовки: 42.03.05 - Медиакоммуникации  
Профиль подготовки: Производство и продвижение медиаконтента  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очное  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2025

#### Основная литература:

1. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. (Серия 'Учебник нового поколения'). - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа : по подписке.
2. Медиа. Введение: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям 'Связи с общественностью' (350400) и 'Реклама' (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. - 2-е изд. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 550 с. - (Серия 'Зарубежный учебник') - ISBN 978-5-238-00960-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028522> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Мухаев, Р. Т. Медиapolитика : учебник / Р.Т. Мухаев. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 401 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/textbook\_5cf8f5af56a078.64918831. - ISBN 978-5-16-015134-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2117168> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 'Реклама', 080301 'Коммерция (торговое дело)', 080111 'Маркетинг' / Ю. С. Вернадская [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 351 с. - (Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Марочкина, С. С. Медиарелейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 47 с. - ISBN 978-5-9765-4765-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852347> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа по подписке.

#### Дополнительная литература:

1. Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса: учебное пособие / Филимонова Н.М., Моргунова Н.В., Ловкова Е.С., - 2-е изд., доп. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 222 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009934-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1036414> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2119933> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Цупин, В. А. Управление контентом. Практикум : учебное пособие / В.А. Цупин, М.М. Ниматулаев. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 211 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/textbook\_5d0c6855636ff8.46168602. - ISBN 978-5-16-016493-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1771045> (дата обращения: 01.02.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3*  
*к рабочей программе дисциплины (модуля)*  
*Б1.В.06 Медиаэкономика*

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

Направление подготовки: 42.03.05 - Медиакоммуникации

Профиль подготовки: Производство и продвижение медиаконтента

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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.