

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 29 апреля 2021 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.10.02 Основы медиаэкономики
(код и наименование РПД)

Магистр

(уровень образования)

42.04.05 Медиакоммуникации

Профиль «Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и
бизнес-структурах»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

заочная

(форма обучения)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г

Автор составитель:

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и финансов,
Воробьев Сергей Петрович

И.о. заведующего кафедрой

медиакommunikаций, русского языка и риторики, кандидат филологических наук,
Шмаков Артем Алексеевич

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	6
5. Методические материалы по освоению дисциплины	10
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	13
6.1. Основная литература	Ошибка! Закладка не определена.
6.2. Дополнительная литература	Ошибка! Закладка не определена.
6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация	14
6.4. Интернет-ресурсы	14
6.5. Иные источники	14
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	14

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 «Основы медиаэкономики» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-4	Способен организовать и координировать работу, принимать управленческие решения в быстро меняющейся среде	ПК-4.2	Способен находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических.

1.2. В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	ПК-4.2	на уровне знаний: особенности и принципы организации экономической деятельности средств массовой коммуникации в условиях рыночных отношений; суть экономических процессов и экономических отношений
		на уровне умений: использовать знания социально-экономического исследовательского характера при планировании и прогнозировании деятельности СМИ; ориентироваться в экономических аспектах деятельности СМИ; осуществлять поиск необходимых материальных ресурсов для организации рентабельной социально-экономической деятельности редакций и компаний
		на уровне навыков: основами методологии научного и практического социально-экономического исследования деятельности СМИ

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины составляет – 2 з.е., 72 академических часов (54 астрономических часов).

Количество астрономических и соответствующих им академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 14 академических часов (10,5 астрономических часов), из них лекции – 4 академических часа (3 астрономических часа), практические занятия – 10 академических часов (7,5 астрономических часов), на самостоятельную работу обучающихся количество астрономических и соответствующих им академических часов составляет – 58 академических часов (43,5 астрономических часа).

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 «Основы медиаэкономики» относится к вариативной части и в соответствии с учебным планом осваивается в 4 семестре на 2 курсе на заочной форме обучения.

3. Содержание и структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР		
Тема 1	Основные концепции медиаэкономики	21	1		2		18	ДП, Т
Тема 2	Экономические особенности СМИ. Экономика онлайн-СМИ	21	1		2		18	ТЗ, Т
Тема 3	Финансирование медиапредприятия	30	2		6		22	ТЗ, Т
Промежуточная аттестация								За
Всего:		72	4		10		58	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

ДП – доклад-презентация;

ТЗ – типовое задание;

Т – тестирование;

За – зачет.

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные концепции медиаэкономики

Медиаэкономика как развитие политэкономики и социологии СМИ. Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Издержки в медиаиндустрии. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ. Спрос и предложения в медиаэкономике. Парадокс разнообразия в СМИ. Экономическая медиаполитика зарубежных государств.

Тема 2. Экономические особенности СМИ. Экономика онлайн-СМИ

Экономические особенности печатных СМИ. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии. Основные модели телевизионной индустрии. Технологии распространения телесигнала. Особенности ТВ как индустрии. Изучение телевизионной аудитории. Источники доходов в телевизионной индустрии. Экономические и организационные особенности телесетей. Коммерческое и общественное ТВ на современном рынке. Финансирование и организация общественного вещания. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций. Измерение радиоаудитории. Особенности онлайн-СМИ.

Тема 3. Финансирование медиапредприятия

Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Медиаметрические организации. Основные показатели медиапланирования. Продакт плейсмент. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиainдустрии. Государственная поддержка СМИ

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «Основы медиаэкономики» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Основные концепции медиаэкономики	Доклад-презентация, тестирование
Экономические особенности печатных СМИ. Экономика онлайн-СМИ	Типовое задание, тестирование
Финансирование медиапредприятия	Типовое задание, тестирование

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устный ответ на вопросы билета, решение задачи.

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1. Основные концепции медиаэкономики

Подготовьте доклад –презентацию по следующим темам:

- 1) Современные рыночные стратегии ведущих СМИ в России и за рубежом
- 2) Парадокс разнообразия в СМИ.

Типовые вопросы теста:

1. На какие две части делится информационный рынок?
 - а) местный и мировой;
 - б) рынок распространителей и покупателей информации;
 - в) финансовый и рынок рабочей силы;

- г) ресурсный и собственно информационный (среда).
- 2. Как называется процесс превращения аудитории СМИ в товар, придание ей свойств товара, произведенного для купли – продажи?
 - а) сегментация;
 - б) коммодификация;
 - в) капитализация;
 - г) унификация.
- 3. Что под собой подразумевает экономика СМИ?
 - а) наука о выпуске печатных СМИ;
 - б) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
 - в) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность СМИ.
- 4. Кто выступает учредителем СМИ?
 - а) физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
 - б) учреждение, спонсирующее СМИ;
 - в) управляющий в редакции СМИ.
- 5. Закончите утверждение: «Линия поведения организации, выбранная для достижения желаемого результата в долгосрочной перспективе — это ...»
 - а) организация
 - б) стратегия
 - в) тактика
 - г) практика управления.

Типовые оценочные материалы по теме 2. Экономические особенности СМИ. Экономика онлайн-СМИ

Типовое задание по теме:

На основании данных портала Медиаскоп (<https://mediascope.net/data/>) проанализируйте рейтинг пяти выбранных вами печатных изданий за последний месяц недели. Рассчитайте прирост рейтинга по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году. Результаты исследования отразите графически. Сделайте вывод.

Типовые вопросы теста:

- 1. Какой тип рыночной структуры чаще всего формируется в медиаиндустрии?
 - а) совершенная конкуренция;
 - б) монополия;
 - в) дифференцированная олигополия;
 - г) монополия.
- 2. Как называется постоянная выборка в медиаизмерениях?
 - а) «Плита»;
 - б) «Кирпич»;
 - в) «Панель»;
 - г) «Блок».
- 3. Как называется деятельность, выполняемая на постоянной основе и связанная с преобразованием ресурсов на входе в некоторый результат (выход), имеющий ценность для потребителя?
 - а) Стратегией
 - б) Бизнес-процессом
 - в) Проектом
 - г) Планом
- 4. Что не относится к задачам финансового менеджмента?
 - а) финансовое и бизнес-планирование;
 - б) инвестиционное планирование;

- в) мотивирующее руководство;
- г) разработка учетных политик бухгалтерского, налогового и управленческого учета;
- д) координация бюджетного планирования и контроля;
- е) управление денежными средствами и оборотным капиталом;
- ж) управление финансовыми рисками;
- з) управление персоналом;
- и) управление затратами и прибылью;
- к) обеспечение финансовыми ресурсами;
- л) финансовое прогнозирование;
- м) оценка сотрудников;
- н) налоговое планирование и учет;
- о) контроллинг.

Типовые оценочные материалы по теме 3. Финансирование медиапредприятия

Типовое задание по теме:

Среднедневной оборот медиаорганизации составлял 1 800 тыс. руб. Для увеличения прибыли организации коммерческий отдел провел рекламную кампанию. Затраты на рекламную кампанию составили 300 тыс. руб. Среднедневной оборот организации в период проведения и после рекламы составил 2 250 тыс. руб. Число дней учета оборота в дорекламном и послерекламном периодах составило 15 дней. Рентабельность медиапродукта составила 28%. Определить:

- 1) Прирост среднедневного оборота, %
- 2) Значение прибыли до и после проведения рекламной кампании
- 3) Рассчитать рентабельность рекламной кампании, тыс. руб.

Типовые вопросы теста:

1. Инвестиции в основной капитал относятся к следующему виду НТП:
 - а) нематериализованному;
 - б) материализованному;
 - в) инвестиции в основной капитал не относятся к НТП.
2. Что означает термин «стагнация экономики»?
 - а) незначительный положительный экономический рост;
 - б) отрицательный темп экономического роста;
 - в) нулевой экономический рост.
3. Ролик рекламодателя вышел в эфир со следующими показателями: вчера на телеканале Первый в 10.05 с рейтингом 1,2; сегодня на телеканале СТС в 12.15 с рейтингом 0,8; сегодня на телеканале Россия1 в 19.25 с рейтингом 1,5. Чему будет равен сууммарный рейтинг?
 - а) 2,5
 - б) 3,5
 - в) 4,5

Оценочные материалы промежуточной аттестации

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПК-4	Способен организовать и координировать работу, принимать управленческие	ПК-4.2	Способен находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных

	решения в быстро меняющейся среде		факторов, в том числе и экономических.
--	--------------------------------------	--	---

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-4.2	Способен находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических.	Владеет способностями находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устный ответ на вопросы билета, решение типовой задачи.

Типовые вопросы для проведения зачета:

1. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
2. Издержки в медиаиндустрии.
3. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ.
4. Спрос и предложение в медиаэкономике.
5. Экономическая медиаполитика зарубежных государств.
6. Экономические особенности печатных СМИ.
7. Основные модели телевизионной индустрии.
8. Источники доходов в телевизионной индустрии.
9. Экономические и организационные особенности телесетей.
10. Финансирование и организация общественного вещания.
11. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.
12. Особенности онлайн-СМИ.
13. Бюджет медиапредприятия.
14. Принципы размещения рекламы в СМИ.
15. Структура рекламного рынка.
16. Виды рекламных агентств.
17. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран.
18. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ.
19. Методы измерения аудитории СМИ.
20. Медиаметрические организации.
21. Основные показатели медиапланирования.
22. Спонсорство.
23. Интерактивные платные медиасервисы.
24. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиainдустрии.
25. Государственная поддержка СМИ

Типовые задачи для проведения зачета

1. Рассчитайте средние издержки на производство единицы продукции, используя следующие данные:

Объем производства (тыс. шт.)	10	20	30	40	50	60
Объем постоянных издержек (тыс. руб.)	100	100	100	100	100	100

Объем переменных издержек (тыс. руб.)	200	460	660	985	1350	1698
--	-----	-----	-----	-----	------	------

2. Постоянные затраты организации составляют 135 тыс. руб. в месяц, переменные – 3 тыс. руб. на одну услугу. Определите средние затраты на оказание одной услуги, если организация оказывает: 1500 услуг в месяц; 2250 услуг в месяц; 3000 услуг в месяц.

Шкала оценивания

Описание шкалы	Оценка (по 2-балльной шкале)
У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач	Зачтено
Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач	
Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме	Не зачтено

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета.

Промежуточная аттестация проводится с соблюдением следующих требований по процедуре:

Проводится в устной форме. На зачете/экзамене обучающиеся самостоятельно готовят ответы на вопросы билета промежуточной аттестации по дисциплине. Одновременно присутствуют на промежуточной аттестации не более 8 человек (подготовка ответа, ответ преподавателю). Обучающийся при входе в аудиторию при себе имеет только письменные принадлежности (ручку или карандаш). Бумагу, необходимую для подготовки, выдает преподаватель. Обучающийся берет билет, ему предоставляется 30 минут для подготовки устного ответа на вопросы билета.

Оценка знаний обучающегося носит комплексный характер и определяется:

- ответом на зачете/экзамене;
- учебными достижениями в семестровый период.

Выполнение всех заданий текущего контроля является желательным для всех обучающихся.

Оценка знаний обучающегося является балльной.

Процесс освоения дисциплины складывается из лекционных и практических занятий, а также самостоятельной работы обучающихся. К формам самостоятельной работы относятся подготовка к практическим занятиям, подготовка доклада по определенной теме, подготовка к тестированию и пр.

Практическое занятие подразумевает решение типовых задач, разбор определенных ситуаций. В занятии участвует вся группа, поэтому задание распределяется на весь коллектив. При подготовке к практическим занятиям следует активно пользоваться справочной (энциклопедиями, словарями и пр.) и научной литературой, периодическими изданиями.

Типовые задачи:

Типовые задачи выполняются на занятиях. В конце занятия обучающийся представляет преподавателю письменный отчет, включающий решения индивидуальных заданий. В случае домашнего выполнения индивидуальных заданий для повышения оценки отчет принимается с защитой.

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся при верном выполнении всех заданий;
- оценка «хорошо» – при верном выполнении 75% заданий;
- оценка «удовлетворительно» – при верном выполнении 50% заданий;
- оценка «неудовлетворительно» – при выполнении менее 50% заданий.

Доклады – презентации (ДП):

При подготовке доклада – презентации обучающиеся самостоятельно изучают группу источников по определённой теме, которая, как правило, подробно не освещается на лекциях.

Цель подготовки доклада – презентации – овладение навыками анализа и краткого изложения изученных материалов в соответствии с требованиями, а также создание наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков обучающегося по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде, то есть создание докладов - презентаций расширяет методы и средства обработки и представления информации и формирует у обучающихся навыки работы на компьютере.

Доклады - презентации готовятся обучающимся в виде слайдов с использованием программы MicrosoftPowerPoint. Основные этапы подготовки доклада - презентации:

- выбор темы;

- консультации научного руководителя;
- работа с источниками, сбор материала;
- написание текста доклада;
- оформление рукописи, создание презентационного материала;
- выступление с докладом перед аудиторией.

Подготовка доклада – презентации позволяет обучающемуся основательно изучить интересующий его вопрос, изложить материал в компактном и доступном виде, привести в текст полемику, приобрести навыки научно-исследовательской работы, устной речи, ведения научной дискуссии. В ходе подготовки доклада – презентации могут быть подготовлены раздаточные материалы.

Критерии оценки презентаций:

Баллы: 0 - позиция отсутствует 1 – слабо 2 – хорошо 3 - отлично	Итоговая оценка
Требования	
Структура и содержание <i>(до 12 баллов)</i>	
логичность структуры доклада	
оформлены ссылки на все использованные источники	
презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, ход работы, выводы, ресурсы)	
содержит ценную, полную, понятную информацию по теме доклада	
Текст на слайдах <i>(до 6 баллов)</i>	
текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений	
наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.	
Наглядность <i>(до 9 баллов)</i>	
иллюстрации помогают наиболее полно раскрыть тему, не отвлекают от содержания	
иллюстрации хорошего качества, с четким изображением	
используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	
Дизайн и настройка <i>(до 9 баллов)</i>	
оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания	
для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	
презентация не перегружена эффектами	
Требования к выступлению <i>(до 9 баллов)</i>	
выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи	
выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории	
выступающий обращается к аудитории, поддерживает контакт с ней	
Общее количество баллов	
Оценка	

Оценивание докладов – презентаций:

Количество баллов	0-29	15-29	30-39	40-45
Отметка по 5-ти балльной шкале	2	3	4	5

Самостоятельная работа обучающегося

Для успешного усвоения курса необходимо не только посещать аудиторные занятия, но и вести активную самостоятельную работу. При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Домашнее задание оценивается по следующим критериям:

- Степень и уровень выполнения задания;
- Аккуратность в оформлении работы;
- Использование специальной литературы;
- Сдача домашнего задания в срок.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

. Основная литература

1. Шелонаев, С. И. Медиаэкономика : учебное пособие / С. И. Шелонаев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 60 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102930.html>.

2. Кирия, И. В. Управленческий учет медиакомпаний : учебное пособие / И. В. Кирия, В. П. Чумакова. — Москва : Высшая школа экономики, 2014. — 239 с. — ISBN 978-5-7598-1089-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/66023>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476217>.

6.2. Дополнительная литература

1. Чарная, И. В. Экономика культуры : учебник и практикум для вузов / И. В. Чарная. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07955-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474522>.

2. Экономика : учебник и практикум для вузов / В. М. Пищулов [и др.] ; под общей редакцией В. М. Пищулова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02993-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471493>.

3. Сорокин, А. В. Общая экономика: бакалавриат. Краткий курс : [16+] / А. В. Сорокин ; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 243 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573705>.

4. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : [16+] / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. : ил.

– (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>.

6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2020) (с изм. и доп. от 01.10.2023) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс». — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/.

2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 13.06.2023) "О средствах массовой информации"[Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс». — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/.

3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 10.07.2023) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс». — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.

6.4. Интернет-ресурсы

Не предусмотрены

6.5. Иные источники

Не предполагаются

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине Б1.В.ДВ.10.02 «Основы медиаэкономики» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекторным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.