


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол №10 от «20» июня 2020 г.

И.о.зав. кафедрой  Мустафина Р.Д.

Согласовано:
Председатель УМК факультета башкирской
филологии, востоковедения и журналистики

 / Гареева Г.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплин Современные медиасистемы. Медиаэкономика


Обязательная часть

программа магистратуры

Направление подготовки
42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки
Производство продукции сетевых изданий и информационных агентств

Квалификация
Магистр

Разработчик (составитель) Доцент, канд.филол.наук	 / _Алиева С.А.
--	---

Для приема: 2020

Уфа - 2020 г.

Составитель: к.ф.н., Алиева С.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 10 от «20» июня 2020 г.

И.о.зав. кафедрой



Мустафина Р.Д.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол №. ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

И.о зав.кафедрой

/ /

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижений

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Категория (группа) компетенций	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
		ОПК-5.2. Умеет учитывать в профессиональной деятельности политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем	Умеет учитывать в профессиональной деятельности политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем
		ОПК-5.3. Владеет навыками применения правовых и этических норм регулирования медиакоммуникационных систем	Владеет навыком применения правовых и этических норм регулирования медиакоммуникационных систем

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные медиасистемы. Медиаэкономика» относится к базовой части. Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Целью учебной дисциплины является изучение роли, функции, принципов функционирования современной медиасистемы; сути экономических процессов и экономических отношений в медиабизнесе (экономические регуляторы и факторы деятельности медиапредприятий с различными формами собственности).

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижений с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения	
	Не зачтено	Зачтено
ОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Не знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
ОПК- 5.2. Умеет учитывать в профессиональной деятельности политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем	Не умеет учитывать в профессиональной деятельности политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем	Умеет учитывать в профессиональной деятельности политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем
ОПК-5. 3. Владеет навыками применения правовых и этических	Не владеет навыками применения правовых и этических норм	Владеет навыками применения правовых и этических норм

норм регулирования медиакоммуникационных систем	регулирования медиакоммуникационных систем	регулирования медиакоммуникационных систем
---	--	--

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения Индикатор достижения компетенции (с кодом)	Оценочные средства
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
	ОПК- 5.2. Умеет учитывать в профессиональной деятельности политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
	ОПК-5. 3. Владеет навыками применения правовых и этических норм регулирования медиакоммуникационных систем	Конт. работа

1.3. Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины не предусмотрен

Вопросы для зачета

1. Глобальные трансформации в СМИ: новые медиа, конвергенция СМИ
2. Бизнес-концепции современных медиасистем
3. Печатные СМИ: современные бизнес-модели
4. Аудиовизуальные СМИ: современные бизнес-модели
5. Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ
6. Социальные основы медиамаркетинга. Стратегии медиамаркетинга
7. Бизнес-модели национальных медиа России (на примере башкироязычных СМИ)
8. Транснациональные информационные корпорации.
9. Медиаэкономика Германии.
10. Формы и методы воздействия правительственных организаций на журналистику.
11. Медиаэкономика Франции.
12. Медиаэкономика рекламных агентств.

13. Медиаэкономика телевизионных корпораций США.
14. Капитал и журналистика.
15. Экономическая модель региональных СМИ.
16. Английская экономическая модель СМИ.
17. Экономика современного информационного производства.
18. Западные теории журналистики.
19. Журналистика в информационном обществе.
20. Журналистика и бизнес.
21. Газетно-журнальные концерны США.
22. Экономическая модель информационных концернов Великобритании.
23. Основные формы собственности СМИ.
24. Национальное и глобальное в современных медиасистемах.
25. Типологическая организация СМИ как проявление их системности
26. «Газетные» государства: экономико-культурные факторы развитости сектора газетной периодики.
27. Моносистемы и дуальные системы вещания.
28. Государственный и частный сектора медиасистем: логика соотношения
29. Критерии Международной программы развития коммуникаций ЮНЕСКО)
30. Специфические и общие тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии.

Примерные вопросы для индивидуальных опросов

Индивидуальный опрос проводится после изучения теоретического материала модуля с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного теоретического материала. Это метод контроля применяется для оценки знания одного студента или группы.

Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования. Оценивается ответ не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении.

Вопросы:

Задание 1

- Что в радио привлекает рекламодателей.
- Назовите основные проблемы развития рынка печатных СМИ в России.

Задание 2

- Как распространение газет оказывает влияние на общую конечную стоимость издания?

Задание 3

- Охарактеризуйте издательский рынок.
- Какова роль информационных агентств?

Задание 4

- С чем связано развитие медиаиндустрии в России?
- Назовите главные критерии оценки медиаэкономики

Задание 5

- Отличается ли медиаэкономика России от медиаэкономики западных стран?
- Назовите бизнес-модели национальных медиа.

Критерии оценивания ответа на вопрос

«Зачтено» выставляется студенту, если: 1) демонстрирует умение анализировать и теоретически оценивать эмпирические факты; 2) он устанавливает междисциплинарные связи; 3) обнаруживает аналитический подход в освещении разных концепций; 4); приводит убедительные примеры из практики работы журналистов; 5) обосновывает свою точку зрения.

«Не зачтено» выставляется студенту, если проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала

Доклад

Доклад рассчитан на 15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. Во вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Студенту желательно высказать собственное мнение по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы.

Примерные темы докладов

1. Глобальные трансформации в СМИ: новые медиа, конвергенция СМИ
2. Бизнес-концепции современных медиасистем
3. Печатные СМИ: современные бизнес-модели
4. Аудиовизуальные СМИ: современные бизнес-модели
5. Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ
6. Социальные основы медиамаркетинга. Стратегии медиамаркетинга
7. Бизнес-модели национальных медиа России (на примере башкироязычных СМИ)
8. Национальное и глобальное в современных медиасистемах.
9. Типологическая организация СМИ как проявление их системности
10. Государственный и частный сектора медиасистем: логика соотношения
11. Критерии Международной программы развития коммуникаций ЮНЕСКО)
12. Специфические и общие тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии

Критерии оценки:

«Зачтено» выставляется студенту, если: 1) студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2) продемонстрировал свои коммуникативные навыки (не чтение доклада, а рассказ), 3) использованы конкретные примеры из медиапрактики; 4) правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5) грамотно оформил презентацию и оформил доклад в соответствии с требованиями;

«Не зачтено» выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями, продемонстрировал неудовлетворительное владение материалом.

Задания для письменной контрольной работы

Письменная контрольная работа проводится в конце семестра. Она представляет анализ медиасистем России по выбору студента. Срок выполнения задания – 3 дня после объявления.

Такая форма контроля позволяет выяснить степень усвоения теоретического материала и навыки магистранта применять теоретические знания в анализе медиаэкономики страны.

Тема итоговой письменной контрольной работы

Проанализируйте бизнес-концепции «КП», «Коммерсанта», телеканалов Россия 24 и Пятница! (на выбор).

Критерии оценивания:

«Зачтено» выставляется студенту, если он выполнил анализ медиаэкономики без ошибок или допустил незначительную (не грубую) ошибку, и продемонстрировал систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; навыки анализа медиасистем, высокий уровень культуры исполнения задания;

«Не зачтено» выставляется студенту, если он выполнил задание, но допустил грубые ошибки и показал отсутствие знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература («О»)

1. Гуревич, Семен Моисеевич. Экономика средств массовой информации / С. М. Гуревич. — М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1999. — 256 с.
2. Алиева, С.А. Современная медиасистема России [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.А. Алиева; Башкирский государственный университет. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2016. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. — <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/corp/Alieva_Sovremennaja_mediasistema_Rossii_up_2016.pdf>.
3. Тангейт, М. Медиагиганты: как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство / М. Тангейт ; ред. М. Савина. - пер. с англ. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. - 256 с. - ISBN 5-9614-0240-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495834>

Дополнительная литература («Д»):

1. Хау, Д. Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Д. Хау. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - ISBN 978-5-9614-1889-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279461>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 486 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01185-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107>
3. Джакубова, Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам / Т.Н. Джакубова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Финансы и статистика, 2016. - 105 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-279-03575-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446861>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнении заданий для самостоятельной работы обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно- справочных систем, электронных библиотек и архивов БашГУ.

Пользователям библиотеки БашГУ предоставляется возможность использования следующих электронных информационных ресурсов:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
Учебные ресурсы					
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая включает издания преподавателей БашГУ	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://www.biblioclub.ru/
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://e.lanbook.com/
Российские научные ресурсы					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого	Регистрация из сети БашГУ	http://elibrary.ru/

		системе Science Index	компьютера в сети Интернет		
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
7.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.polpred.com/
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза	Регистрация в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	http://www.diss.rsl.ru/
Зарубежные научные ресурсы					
9.	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.scopus.com/
10.	Taylor and Francis	Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению,	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.tandfonline.com/

		психологии и т. д. Язык английский			
--	--	---------------------------------------	--	--	--

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: ауд. 414 (главный корпус), ауд. 415 (главный корпус)</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: ауд. 347, ауд. 213, (главный корпус)</p> <p>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, ауд. 347 (главный корпус)</p> <p>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 312 (главный корпус)</p> <p>5. Помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус).</p>	<p>Лекции,</p> <p>практические,</p> <p>консультации,</p> <p>текущий контроль, промежуточная аттестация,</p> <p>самостоятельная работа</p>	<p style="text-align: center;">Аудитория № 414.</p> <p>Учебная мебель: парта аудиторск. 3-х местн. – 47 шт., стол - 2 шт., учебно-наглядные пособия, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW (1 шт.), проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W (6 шт)</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 415.</p> <p>Учебная мебель: парта аудиторск. 3-х местн. – 19 шт., парта аудиторск. 2-х местн. – 9 шт., учебно-наглядные пособия, доска - 1шт, экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U (1 шт.).</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 347.</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 213.</p> <p>Учебная мебель парта аудиторск. 3-х местн. – 13 шт., доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия, трибуна – 1 шт., мультимедиа проектор Aser P7500</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 312</p> <p>Учебная мебель столы – 13 шт., доска – 1шт., учебно-наглядные пособия, учебно-наглядные пособия, трибуна - 1 шт., интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro</p> <p style="text-align: center;">Читальный зал № 1</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт, принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины **Современные медиасистемы. Медиаэкономика**
на 3 семестр

очная
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	20,2
лекций	6
практических/ семинарских	12
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	2,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	51,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	-

Форма контроля: Зачет 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/Сем	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Современные медиасистемы мира в условиях глобализации	1	2		8	О – 1, 2, 3; Д – 1, 2,3	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, ознакомление с РПД	1. Индивидуальный опрос
2.	Перспективы развития мировой медиаиндустрии в свете конвергенции СМИ	1	2		7	О – 1, 2,3; Д – 1, 2,3	Подготовить доклад по теме 1	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
3	Бизнес-концепции современных медиасистем	1	2		7	О – 1, 2,3; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 2	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
4	Печатные СМИ: современные бизнес-модели	1	2		7	О – 1, 2; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 3	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
5	Аудиовизуальные СМИ: современные	1	2		7	О – 1, 2; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 4	1. Индивидуальный опрос

	бизнес-модели							2. Доклад
6	Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ	1	1		7,8	О – 1, 2; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 5.	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
7	Социальные основы медиамаркетинга. Стратегии медиамаркетинга		1		8	О – 1, 2,3; Д – 1, 2,3	Подготовить доклад по теме 6. Подготовиться к написанию контрольной работы	1. Доклад 2. Контрольная письменная работа
	Всего часов:	6	12		51,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Современные медиасистемы. Медиаэкономика на 2 семестр

заочная

форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	12,2
лекций	8
практических/ семинарских	10
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	50
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	3,8

Форма контроля: Зачет 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/Сем	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Современные медиасистемы мира в условиях глобализации	1	2		6	О – 1, 2, 3; Д – 1, 2,3	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, ознакомление с РПД	1. Индивидуальный опрос
2.	Перспективы развития мировой медиаиндустрии в свете конвергенции СМИ	1	2		7	О – 1, 2,3; Д – 1, 2,3	Подготовить доклад по теме 1	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
3	Бизнес-концепции современных медиасистем	2	1		8	О – 1, 2,3; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 2	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
4	Печатные СМИ: современные бизнес-модели	1	1		6	О – 1, 2; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 3	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад

5	Аудиовизуальные СМИ: современные бизнес-модели	1	1		7	О – 1, 2; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 4	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
6	Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ	1	1		8	О – 1, 2; Д – 1, 3	Подготовить доклад по теме 5.	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
7	Социальные основы медиамаркетинга. Стратегии медиамаркетинга	1	2		8	О – 1, 2,3; Д – 1, 2,3	Подготовить доклад по теме 6. Подготовиться к написанию контрольной работы	1. Доклад 2.Контрольная письменная работа
	Всего часов	8	10		50			