

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»  
Факультет социально-культурных технологий  
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

## **ЭКОНОМИКА МЕДИА**

### **Рабочая программа дисциплины**

Направление подготовки  
**42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**  
Направленность (профиль)  
**МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ**  
Квалификация (степень) выпускника:  
**Магистр**

Форма обучения  
**заочная**

Кемерово

Рабочая программа дисциплины разработана, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) медиаменеджмент, квалификация (степень) выпускника: магистр

Утверждена на заседании кафедры Управления и экономики социально-культурной сферы 11.05.2022 г., протокол № 13 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru>

Переутверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru> 19.05.2023 г., протокол № 12.

Переутверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru> 24.05.2024 г., протокол № 6.

Долгих, Т. В. Экономика медиа: рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) медиаменеджмент, квалификация (степень) выпускника «магистр» / Т.В.Долгих. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2022. – 15 с. – Текст: непосредственный.

***Автор (Составитель):***

*Т.В. Долгих*  
канд. экономических наук,  
доцент кафедры УиЭ СКС

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование представлений о системе СМИ как системе, действующей в рамках хозяйственных и экономических связей при специфической организации труда и в условиях особенного, нетрадиционного для обычной экономики, ценообразования и потребления

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Экономика медиа» относится к блоку дисциплин обязательной части. Для её освоения необходимы знания основ экономики, менеджмента и маркетинга, изучение которых осуществляется по образовательным программам бакалавриата.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (УК, ОПК, ПК) и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	- особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях	- организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата	- навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики
ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона

функционирования, правовых и этических норм регулирования			
---	--	--	--

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника

ПС 01.001 Педагог (педагогическая деятельность в дошкольном, начальном общем, основном общем, среднем общем образовании) (воспитатель, учитель)

Обобщённая трудовая функция: Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования

Трудовая функция: Развивающая деятельность

ПС 01.003 Педагог дополнительного образования детей и взрослых)

Обобщённая трудовая функция: Организационно-методическое обеспечение реализации программ профессионального обучения, СПО и ДПП, ориентированных на соответствующий уровень квалификации.

Трудовая функция: Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых.

03.007 Специалист по реабилитационной работе в социальной сфере

Обобщённая трудовая функция: Организация реабилитационной помощи уязвимым категориям населения

Трудовая функция: Организация и управление реабилитационным случаем

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля)

##### 4.1. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа. В том числе 10 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 62 часа - самостоятельной работы обучающихся.

5 часов (50%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических (лабораторных, семинарских занятий), предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

##### 4.2. Структура дисциплины для обучающихся заочной формы обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Интеракт. формы обучения	СР О
			лекции	семин. (практ.) занятия	консультации		
1	2	3	4		7	8	
<b>Раздел 1. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики</b>							

1	Тема 1. Роль медиа в современной экономике	1	1/1*	1		Лекция беседа, 1	10
2	Тема 2. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг	1	1/1*	2		Лекция беседа, 1	20
<b>Раздел 2. Конкуренция СМИ: ее виды</b>							
3	Тема 3. Типы рыночных структур в медиа индустрии	1	1/1*	1/1*		Лекция беседа, 1 Обсуждение сообщений, 1	10
<b>Раздел 3. Государственная политика в области медиа.</b>							
4	Тема 4. Необходимость регулирования медиа со стороны государства	1	1/1*	2		Лекция беседа, 1	22
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>62</b>
	<b>зачет</b>						

/\*помечаются часы на интерактивные формы обучения

#### 4.3 Содержание дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины (Разделы. Темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации.
<b>Раздел 1. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики</b>			
1	Тема 1. Роль медиа в современной экономике <i>Основное содержание темы:</i> Концепция медиа индустрии как индустрии услуг: плюсы и минусы. Трансформация экономической системы во второй половине XX в. и рост роли медиа. Доля медиа рынка в экономике развитых стран и России. Рынок СМИ как рынок периодических средств информации. Узость понятия «рынок СМИ». Медиа-рынок и его компоненты: СМИ, рекламные агентства и их подвиды (медиабайеры, медиаселлеры), коммуникационные агентства, книжный рынок, рынок аудиовизуальной продукции, рынок мобильного и интернет-контента.	<b>Формируемые компетенции:</b> УК-3, ОПК-5  <b>В результате изучения темы студент должен:</b> <b>Знать:</b> - особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; <b>Уметь:</b> - организовать	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль

	<p>Политэкономическое понятие индустрии. Индустрия как массово-организованное производство продукта в результате воздействия концентрированной рабочей силы и технических средств. Экономические факторы развития медиа индустрии: развитие мануфактурного и капиталистического производства. Политические факторы развития медиа индустрии: свобода обмена информацией как рынок. Социальные факторы развития медиа индустрии: появление читательской аудитории. Технологические факторы развития медиа индустрии: появление современных средств связи, распространения, печати и оформления СМИ. Гибридность медиа продукта. Разделение в экономике медиа понятия «контент» и понятия «носитель». Продукты общественные и продукты частные. Информация как коллективный и общественный товар. Носитель информации как частный товар. Реклама как товар не подлежащий классификации. Концепция «общественного» и «частного» в экономике медиа продуктов. Концепция сдвоенного рынка СМИ</p>	<p>собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; - осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы; <b>Владеть:</b> - навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и Полемики; - правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакommunikационных систем региона.</p>	
2.	<p>Тема 2. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг <i>Основное содержание темы:</i> Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ.</p>		

	Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции. Концепция случайной цены медиа. Доходы и расходы медиа. Издержки в медиа индустрии: постоянные и переменные издержки различных видов медиа. Издержки и объемы производства в медиа индустрии. Функция издателя в медиа индустрии.		
--	--	--	--

## Раздел 2. Конкуренция СМИ: ее виды

3.	<p>Тема 3. Типы рыночных структур в медиа индустрии.</p> <p><i>Основное содержание темы:</i></p> <p>Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Концепция «экономики внимания».</p> <p>Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран.</p> <p>Уровни конкуренции и концепции «зонтичной конкуренции». Стратегии в рамках тройственной схемы издатель-читатель-рекламодатель.</p> <p>Соотношение цены и тиража/распространяемости продукта, эластичность по цене. Соотношение спроса и предложения на медиа рынке. Соотношение тиража/распространяемости и объема рекламы.</p> <p>Стратегии в рамках развития рекламного рынка.</p> <p>Основные стратегии в условиях кризиса и мутаций рынков. Стратегии в условиях кризиса рекламного рынка.</p> <p>Стратегии в условиях кризиса рынка печатных СМИ. Стратегии в условиях кризиса аудитории эфирного ТВ.</p> <p>Концентрация в медиа.</p>	<p><b>Формируемые компетенции:</b> УК-3, ОПК-5</p> <p><b>В результате изучения темы студент должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> - особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;</p> <p><b>Уметь:</b> - организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; - осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной</p>	<p>Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль</p>
----	--	---	---

	<p>Ведущие мировые медиа концерны. Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная.</p> <p>Кластеризация медиа и ее причины. Инфраструктура медиа. Сети передачи данных для медиа, способы цифровой дистрибуции медиа продуктов.</p>	<p>системы;</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками организации работы в команде для достижения общих целей;</p> <p>- навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и Полемики;</p> <p>- правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакommunikационных систем региона.</p>	
--	--	---	--

### Раздел 3. Государственная политика в области медиа

4	<p>Тема 4. Необходимость регулирования медиа со стороны государства:</p> <p><i>Основное содержание темы:</i></p> <p>Концепция вмешательства и невмешательства государства в медиабизнес. Противоречие между общественной функцией медиа и их коммерческой ролью. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. Отрицательные стороны государственной поддержки: сохранение экономически слабых компаний</p>	<p><b>Формируемые компетенции:</b> УК-3, ОПК-5</p> <p><b>В результате изучения темы студент должен:</b></p> <p><b>Знать:</b> - особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде;</p> <p>- особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности;</p> <p>- основные теории мотивации, лидерства;</p> <p>- стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях;</p> <p>- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;</p> <p><b>Уметь:</b> - организовать собственное социальное взаимодействие в команде;</p> <p>- определять свою роль в команде;</p> <p>- принимать рациональные решения и обосновывать их;</p> <p>- планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;</p> <p>- осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной</p>	тестовый контроль
---	--	---	-------------------



		медиакоммуникационной системы; <b>Владеть:</b> - навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и Полемики; - правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона.	
5.			зачет

## 5 Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

### 5.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки и реализации компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе образовательных технологий (активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой, это и лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос, тестовый контроль, включая компьютерное тестирование, отчёт о выполнении практических заданий, защита выполненных индивидуальных заданий, подготовка конспектов, подготовка и участие в дискуссии.

### 5.2. Информационно-коммуникационные технологии

Современный учебный процесс в высшей школе требует существенного расширения арсенала средств обучения, широкого использования средств информационно-коммуникационных технологий, электронных образовательных ресурсов, интегрированных в электронную образовательную среду. В ходе изучения студентами учебной дисциплины применение электронных образовательных технологий предполагает размещение различных электронно-образовательных ресурсов на сайте электронной образовательной среды КемГИК по web-адресу <http://edu.kemguki.ru>, отслеживание обращений студентов к ним, а также использование интерактивных инструментов: задание, тест.

Электронно-образовательные ресурсы учебной дисциплины включают так называемые статичные электронно-образовательные ресурсы: файлы с текстами лекций, различного рода изображениями (иллюстрации, схемы, диаграммы), ссылки на учебно-методические ресурсы Интернет и др. Ознакомление с данными ресурсами доступно каждому студенту посредством логина и пароля. Студенту могут работать со статичными ресурсами, читая их с экрана или сохраняя на свой локальный компьютер для дальнейшего ознакомления. В процессе изучения учебной дисциплины для студента важно освоить

данные ресурсы в установленные преподавателем сроки.

При освоении указанной дисциплины наряду со статичными электронно-образовательными ресурсами применяются интерактивные элементы: задания, тесты, семинары и др. Использование указанных интерактивных элементов направлено на действенную организацию самостоятельной работы студентов. Работа с указанными выше элементами дисциплины требует активной деятельности студентов, регламентированной как необходимостью записи на курс, так и сроками, требованиями к представлению конечного продукта и др.

Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю наладить обратную связь со студентом посредством получения от них выполненных заданий в электронном варианте. С помощью элемента «Задание» студентам доступно представление на рассмотрение преподавателю своих работ в различной форме: тексты, таблицы, презентации. После проверки выполненного задания преподавателем выставляется отметка, видимая студенту в элементе «Оценки»; результат проверки работы может быть представлен и в виде рецензии или комментариев преподавателя.

Организации самоконтроля и текущего контроля знаний по дисциплине значительно способствует применение интерактивного элемента «Тест», который предоставляет возможность использования разнообразных типов заданий (выбрать один или несколько ответов из предложенных / установить соответствие / вписать свой ответ / дать развернутый ответ). При освоении студентами дисциплины именно тесты используются как одно из основных средств объективной оценки знаний

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

*Учебно-теоретические ресурсы*

Лекционный материал по темам курса

*Учебно-практические ресурсы*

Практические задания

*Учебно-методические ресурсы*

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

*Учебно-библиографические ресурсы*

- Список рекомендуемой литературы

*Фонд оценочных средств*

- Вопросы для устного опроса (по разделам дисциплины) и критерии оценивания ответов
- Критерии оценивания практических работ
- Вопросы к зачету
- Тест по дисциплине

## **7 Фонд оценочных средств**

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде <https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4407>

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **8.1. Основная литература:**

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. / Г. П. Бакулев. М. : Аспект Пресс, 2016. 192 с.

2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, [и др.]; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург : Гуманит. ун-т, 2016. 304 с.
3. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Высш. шк. экономики, 2017. 570 с.
4. Медиасистема России : учеб. пособие / Е. Л. Вартанова [и др.]. Москва, 2015. 384 с.
5. Основы медиабизнеса : учеб. пособие / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Аспект-пресс, 2014. 360 с.

## **8.2. Дополнительная литература:**

1. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.
2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. 3-е изд., испр. и доп. : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. М.: Юрайт, 2019. 239 с
3. Кирия И. В. Зарубежный медиамаркетинг. М.: ВК, 2006
4. Кирия И. В. От «культурной индустрии» к «индустриям содержания»: 70 лет теоретических поисков// Меди@льманах, № 1, 2004.

## **8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Министерство культуры Российской Федерации. [Электронный ресурс].  
<https://www.mkrf.ru/>

## **8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы**

Вуз располагает необходимыми программным обеспечением:

### Программное обеспечение:

- *лицензионное программное обеспечение:*
  - Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)
  - Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)
  - Антивирус - Kaspersky Endpoint Security для Windows
  - Графические редакторы - Adobe CS6 Master Collection, CorelDRAW Graphics Suite X6
  - Видео редактор - Adobe CS6 Master Collection
  - Информационная система 1С:Предприятие 8
  - Музыкальный редактор – Sibelius
  - АБИС – Руслан, Ирбис
- *свободно распространяемое программное обеспечение:*
  - Офисный пакет – LibreOffice
  - Графические редакторы - 3DS Max Autodesk (для образовательных учреждений)
  - Браузеры Mozilla Firefox, Internet Explorer, Google Chrome
  - Программа-архиватор - 7-Zip
  - Звуковой редактор – Audacity, Cubase 5
  - Среда программирования – Lazarus, Microsoft Visual Studio
  - АИБС - MAPK-SQL (демо)
  - Редактор электронных курсов - Learning Content Development System
  - Служебные программы - Adobe Reader, Adobe Flash Player
- Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
  - Консультант Плюс

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Наличие учебной лаборатории, оснащенной проекционной и компьютерной

техникой, интегрированной в Интернет.

## **10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.**

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная образовательная программа,
- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья – устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,
- для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата – двигательные формы оценочных средств заменяются на письменные или устные (с исключением двигательной активности).
- при необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

## **11. Перечень ключевых слов**

- Бизнес
- Делегирование полномочий
- Информационные услуги
- Конкурентные стратегии
- Контентопроизводитель
- Корпорация
- Лицензирование
- Маркетинг
- Медиакультура
- Медиапланирование
- Медиарынок
- Менеджмент
- Миссия организации
- Организация
- Позиционирование
- Рынок
- Сбыт
- Синдицированная программа
- Спонсорская программа
- Товар
- Эффективность организации

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины .....	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).....	3
4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля) .....	4
4.1. Объем дисциплины (модуля) .....	4
4.2. Структура дисциплины для обучающихся заочной формы обучения .....	4
4.3 Содержание дисциплины.....	5
5 Образовательные и информационно-коммуникационные технологии.....	9
5.1. Образовательные технологии.....	9
5.2. Информационно-коммуникационные технологии.....	9
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся .....	10
7 Фонд оценочных средств.....	10
8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	10
8.1. Основная литература: .....	10
8.2. Дополнительная литература:.....	11
8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» .....	11
8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы.....	11
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	11
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	12
11. Перечень ключевых слов.....	12