МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»

Факультет социально-культурных технологий

Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

**Рабочая программа дисциплины**

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕДИА**

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 31.08.2022, протокол №1 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. Эффективность деятельности в 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*

### Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование у студентов научных и практических навыков анализа эффективности деятельности в медиа, а также формирование практических умений анализировать социально-значимые процессы в медиа

### Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Эффективность деятельности в медиа» относится к факультативной части. Для её освоения необходимы знания основ экономики, менеджмента и маркетинга, изучение которых осуществляется по образовательным программам магистратуры.

### 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-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития | - выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития;  - анализировать эффективность, планировать свою профессиональнообразовательную деятельность;  - критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата;  - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни | навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях |
| ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность | - теорию и технологии менеджмента;  - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду;  - особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности | - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;  - осуществлять статистический анализ;  - применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;  - обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений | современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве |

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

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

### 4.1 Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов. В том числе 12 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 96 часов - самостоятельной работы обучающихся.

6 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 | СРО | |
| лекции | семин. (практ.) занятия | консультации |
| 1 | 2 | 3 | 4 |  | 7 | 8 |  | |
| **Раздел 1. Понятие об эффективности** | | | | | | |  | |
| 1 | Тема 1. Понятие об эффективности деятельности. История развития | 2 | 1/1\* | 1/1\* |  | Лекция беседа, 1 | 20 | |
| 2 | Тема 2. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа | 2 | 1/1\* | 1/1\* |  | Лекция беседа, 1 | 30 | |
| **Раздел 2.** Анализ эффективности деятельности. | | | | | | | | |
| 3 | Тема 3. Анализ эффективности деятельности медиа | 2 | 2/2\* | 2/2\* |  | Лекция беседа, 2 | 30 | |
| 4 | Показатели эффективности деятельности в медиа | 2 | 2/2\* | 2/2\* |  | Лекция беседа,2 | | 16 |
|  | **Итого** | **108** | **6** | **6** |  |  | | **96** |
|  | **экзамен** |  | | | | | | |

/\*помечаются часы на интерактивные формы обучения

### Содержание дисциплины

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Содержание дисциплины**  **(Разделы. Темы)** | **Результаты обучения** | **Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации.** |
| **Раздел 1. Раздел 1. Понятие об эффективности** | | | |
| 1 | **Тема 1. Понятие об эффективности деятельности. История развития**  *Основное содержание темы*:  Понятие об эффективности деятельности. История развития.  Роль анализа в повышении эффективности деятельности в медиа | ***Формируемые компетенции:***  УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:** сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития  **Уметь:** - выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития;  - анализировать эффективность, планировать свою профессиональнообразовательную деятельность;  - критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата;  - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни  **Владеть:** навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях | тестовый контроль |
| 2. | **Тема 2. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа**  *Основное содержание темы*:  Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа.  Значение показателей в процессе анализа. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа. Моделирование взаимосвязей в обеспечении эффективности деятельности в медиа | ***Формируемые компетенции:***  ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:**  - теорию и технологии менеджмента; - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду;  - особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности  **Уметь:** - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;  - осуществлять статистический анализ;  - применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;  - обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных иуправленческих решений  **Владеть:**  современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве | Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль |
| **Раздел 2. Раздел 2. Анализ эффективности деятельности** | | | |
| 3. | **Тема 3. Анализ эффективности деятельности медиа**  *Основное содержание темы*: Анализ эффективности деятельности.  Нормативное обеспечение анализа эффективности деятельности | ***Формируемые компетенции:***  ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность;  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:**  - теорию и технологии менеджмента; - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду;  - особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности  **Уметь:** - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;  - осуществлять статистический анализ;  - применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;  - обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных иуправленческих решений  **Владеть:**  современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве | Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль |
| 5. | **Тема 4. Показатели эффективности деятельности в медиа**  Методы анализа. Показатели эффективности деятельностив медиа | ***Формируемые компетенции:***  ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:**  - теорию и технологии менеджмента; - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду;  - особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности  **Уметь:** - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;  - осуществлять статистический анализ;  - применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;  - обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных иуправленческих решений  **Владеть:**  современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве | тестовый контроль |
|  |  |  | экзамен |

### 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

### 6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР

*Учебно-теоретические ресурсы*

Лекционный материал по темам курса

*Учебно-практические ресурсы*

Практические задания

*Учебно-методические ресурсы*

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

### 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=4798>

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

### Основная литература:

1. Гогохия, И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах /И. Гогохия. – М.: Бомбора. – 2019. – 320 с.
2. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 c.
3. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 344 с.
4. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход      к онлайн-маркетингу. Руководство / С. Кингснорт. –М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с.
5. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
6. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.
7. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.
8. Соболева, Л. Феномен «Инстаграма». 2.0. Все новые фишки /  Л. Соболева. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.
9. Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.

### Дополнительная литература:

1. Абаев, А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник [Текст] / Под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – М.: Дашков и К°, 2019. – 433 с.
2. Агафонов, А. Сетевой маркетинг. Система рекрутирования в Интернете [Текст] / А. Агафонов. – М.: Омега-Л, 2019. – 128 c.
3. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах [Текст] / И. Ашманов. – СПб.:Питер, 2019. – 512 с.
4. Банкин, А.  Контент-маркетинг для роста продаж [Текст]  / А. Банкин. – Серия «Маркетинг для профессионалов». – СПб.: Питер, 2019. – 272 с.
5. Барышев, А.В. Интернет для b-2-b-маркетинга: новый канал сбыта и эффективное средство коммуникаций [Текст] / А.В Барышев // Индустриальный и b2b маркетинг. – 2018. – № 3. – С.60-67.
6. Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2018. – 120 с.
7. Бобылева, Т.И. Мобильный интернет для бизнеса [Текст] / Т.И. Бобылева, Е.С. Кулькова // Инновационное развитие экономики. Будущее России: Материалы и доклады II региональной научно-практической конференции. – 2018. – С. 7-11.
8. Вандербильт, Т. ЦА. Как найти свою целевую аудиторию и стать для неё магнитом [Текст] / Т. Вандербильт. – М.: Бомбора, 2019. – 304 с.
9. Вертайм, К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий [Текст] / К. Вертайм, Я. Фенвик. – М.: Юрайт : Альпина Паблишер, 2017. – 374 c.
10. Винарский, Я.С. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие [Текст] / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – М.: Инфра-М, 2017. – 304 c.
11. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е. П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
12. Горбунова, О.Н. Создание интернет-ресурса как одна из форм информатизации бизнеса [Текст] / О.Н. Горбунова, Э.Н. Юнкова, Д.А. Андреев // Синергия Наук. – 2018. – № 20. – С. 236-246.
13. Дисимбаева, Н.В. Перспективы Instagram для интернет-бизнеса [Текст] / Н.В. Дисимбаева, А.Б. Губашева // Student research: в 2 ч.. – 2018. – С. 124-126.
14. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / В.Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 411 с.
15. Емельянов, С. М.  Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие [Текст] / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
16. Загребельный, Г. Performance-маркетинг.Заставьте интернет работать на вас [Текст] / Г. Загребельный. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 270 c.
17. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта [Текст] / Д. Заррелла. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 c.
18. Зеркалий, Н.Г. Использование новых маркетинговых концепций для формирования инструментария современного менеджмента [Текст] / Н.Г. Зеркалий // Менеджмент в России и за рубежом. – 2018. – № 6. – С. 3-11.
19. Ильин, Н.П. Повышение эффективности процедур интернет бизнеса [Текст] / Н.П. Ильин // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2019. – № 45. – С. 172-176.
20. Каплунов, Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете [Текст] / Д. Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 384 с.
21. Коваленко, А.Е. К вопросу о классификации методов интернет-маркетинга для бизнеса [Текст] / А.Е. Коваленко, В.М. Каточков // Маркетинг и брендинг: вызовы XXI века Материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный за выпуск Л. М. Капустина. – 2017. – С. 81-86.
22. Коноваленко, В. А.  Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум [Текст] / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2019. – 486 с.
23. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебник [Текст] / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 595 с.
24. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс[Текст] / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 496 с.
25. Леденёва, М.В. Оценка важности каналов продвижения бизнеса в интернете [Текст] / М.В. Леденёва, Л.В. Шамрай-Курбатова, А.А. Гузенко // Бизнес. Образование. Право. – 2018. – № 1 (42). – С. 46-48.
26. Манелова, Д. Как зарабатывают в Instagram [Текст] / Д. Манелова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 218 с.
27. Манн, И. Маркетинг без бюджета 50 работающих инструментов [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 288 с.
28. Манн, И. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.
29. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум [Текст] / Скоробогатых И.И. под общ. ред., Ефимова Д.М. под общ. ред., Гринева О.О. и др. – М.: КноРус, 2019. – 570 с.
30. Моуат, Д. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство [Текст] / Д. Моуат. –М.: Альпина Паблишер, 2019. – 402 с.
31. Назайкин, А.Н. Современное медиапланирование: учебное пособие[Текст] / А.Н. Назайкин.  – Серия: Академия рекламы. 4-е изд., доп. – М.: Солон-Пресс, 2019. – 447 с.
32. Роулс, Д. Мобильный маркетинг. Мобильные технологии – революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе [Текст] / Д. Роулс. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 296 с.
33. Снигерев, А.Н. Интернет-сайт как эффективный инструмент для достижения стратегических целей компании/ А.Н. Снегирев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2017. – № 2. – С. 138-146.
34. Соболев Н., Жуковский К., Назарчук Р. YOU Tube: путь к успеху [Текст]. – М.: АСТ, 2019. – 384 с.
35. Трубецкой, К.С. Интернет-магазин как новая технология организации бизнеса [Текст] / К.С. Трубецкой // Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы Сборник научных трудов национальной научно-практической конференции. Под редакцией Л.И. Малявкиной. – 2018. – С. 211-216.

### 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 1C:Предприятие 8
  + Музыкальный редактор – Sibelius
  + АБИС – Руслан, Ирбис
* *свободно распространяемое программное обеспечение:*
  + Офисный пакет – LibreOffice
  + Графические редакторы - 3DS Max Autodesk (для образовательных учреждений)
* Браузеры Мozzila Firefox, Internet Explorer, Google Chrome
  + Программа-архиватор - 7-Zip
  + Звуковой редактор – Audacity, Cubase 5
  + Среда программирования – Lazarus, Microsoft Visual Studio
  + АИБС - МАРК-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](#_Toc176957202)

[2. Место дисциплины в структуре ОПОП 3](#_Toc176957203)

[3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) 3](#_Toc176957204)

[4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля) 4](#_Toc176957205)

[4.1 Объем дисциплины (модуля) 4](#_Toc176957206)

[4.2. Структура дисциплины для обучающихся заочной формы обучения 4](#_Toc176957207)

[4.3 Содержание дисциплины 5](#_Toc176957208)

[5 Образовательные и информационно-коммуникационные технологии 8](#_Toc176957209)

[5.1. Образовательные технологии 8](#_Toc176957210)

[5.2. Информационно-коммуникационные технологии 8](#_Toc176957211)

[6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся 9](#_Toc176957212)

[6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР 9](#_Toc176957213)

[7. Фонд оценочных средств 9](#_Toc176957214)

[8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 9](#_Toc176957215)

[8.1. Основная литература: 9](#_Toc176957216)

[8.2. Дополнительная литература: 9](#_Toc176957217)

[8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 11](#_Toc176957218)

[8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы 11](#_Toc176957219)

[9. Материально-техническое обеспечение дисциплины 12](#_Toc176957220)

[10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. 12](#_Toc176957221)

[11. Перечень ключевых слов 12](#_Toc176957222)