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*

### 

### 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

1. **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.

### 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 функционирования, правовых и этических норм регулирования | 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 |

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 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 | СРО | |
| лекции | семин. (практ.) занятия | консультации |
| 1 | 2 | 3 | 4 |  | 7 | 8 |  | |
| **Раздел 1. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики** | | | | | | |  | |
| 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 | |
| **Раздел 2. Конкуренция СМИ: ее виды** | | | | | | | | |
| 3 | Тема 3. Типы рыночных структур в медиа индустрии | 1 | 1/1\* | 1/1\* |  | Лекция беседа, 1  Обсуждение сообщений, 1 | 10 | |
| **Раздел 3. Государственная политика в области медиа.** | | | | | | | | |
| 4 | Тема 4. Необходимость регулирования медиа со стороны государства | 1 | 1/1\* | 2 |  | Лекция беседа,1 | | 22 |
|  | **Итого** | **72** | **4** | **6** |  |  | | **62** |
|  | **зачет** |  | | | | | | |

/\*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. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики** | | | |
| 1 | Тема 1. Роль медиа в современной экономике  *Основное содержание темы*:  Концепция медиа индустрии как индустрии услуг: плюсы и минусы. Трансформация экономической системы во второй половине ХХ 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. 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 | ***Формируемые компетенции:***  УК-3, ОПК-5  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:** - 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;  **Уметь:** - 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 системы;  **Владеть:** - 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. | Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль |
| 2. | Тема 2. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг  *Основное содержание темы*:  Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ. 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. | Тема 3. Типы рыночных структур в медиа индустрии.  *Основное содержание темы*:  Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Концепция «экономики внимания». Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран. Уровни конкуренции и концепции «зонтичной конкуренции». Стратегии в рамках тройственной схемы издатель-читательрекламодатель. Соотношение цены и тиража/распространяемости продукта, эластичность по цене. Соотношение спроса и предложения на медиа рынке. Соотношение тиража/распространяемости и объема рекламы. Стратегии в рамках развития рекламного рынка. Основные стратегии в условиях кризиса и мутаций рынков. Стратегии в условиях кризиса рекламного рынка. Стратегии в условиях кризиса рынка печатных СМИ. Стратегии в условиях кризиса аудитории эфирного ТВ. Концентрация в медиа. Ведущие мировые медиа концерны. Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная. Кластеризация медиа и ее причины. Инфраструктура медиа. Сети передачи данных для медиа, способы цифровой дистрибуции медиа продуктов. | ***Формируемые компетенции:***  УК-3, ОПК-5  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:** - 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;  **Уметь:** - 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 системы;  **Владеть:** - 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. | Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль |
| **Раздел 3. Государственная политика в области медиа** | | | |
| 4 | Тема 4. Необходимость регулирования медиа со стороны государства:  *Основное содержание темы*:  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 | ***Формируемые компетенции:***  УК-3, ОПК-5  **В результате изучения темы студент должен**:  **Знать:** - 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;  **Уметь:** - 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 системы;  **Владеть:** - 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. | тестовый контроль |
| 5. |  |  | зачет |

### 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

### 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

### 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>

### Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 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.

### 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.

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

### 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](#_Toc174905047)

[3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) 3](#_Toc174905048)

[4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля) 4](#_Toc174905049)

[4.1. Объем дисциплины (модуля) 4](#_Toc174905050)

[4.2. Структура дисциплины для обучающихся заочной формы обучения 4](#_Toc174905051)

[4.3 Содержание дисциплины 5](#_Toc174905052)

[5 Образовательные и информационно-коммуникационные технологии 9](#_Toc174905053)

[5.1. Образовательные технологии 9](#_Toc174905054)

[5.2. Информационно-коммуникационные технологии 9](#_Toc174905055)

[6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся 10](#_Toc174905056)

[7 Фонд оценочных средств 10](#_Toc174905057)

[8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 10](#_Toc174905058)

[8.1. Основная литература: 10](#_Toc174905059)

[8.2. Дополнительная литература: 11](#_Toc174905060)

[8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 11](#_Toc174905061)

[8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы 11](#_Toc174905062)

[9. Материально-техническое обеспечение дисциплины 11](#_Toc174905063)

[10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. 12](#_Toc174905064)

[11. Перечень ключевых слов 12](#_Toc174905065)