

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

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕДИА**

### **Рабочая программа дисциплины**

Направление подготовки 42.04.05 МЕДИКОММУНИКАЦИИ  
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 Медикоммуникации, 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.

Долгих, Т. В. Эффективность деятельности в медиа: рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 Медикоммуникации, 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

## **Содержание рабочей программы дисциплины (модуля)**

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы магистратуры
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы
4. Объем, структура и содержание дисциплины
  - 4.1. Объем дисциплины (модуля)
  - 4.2. Структура дисциплины
  - 4.3. Содержание дисциплины
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии
  - 5.1 Образовательные технологии
  - 5.2 Информационно-коммуникационные технологии обучения
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы (СР) обучающихся
7. Фонд оценочных средств
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
  - 8.1. Основная литература
  - 8.2. Дополнительная литература
  - 8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
  - 8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы
9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
10. Список (перечень) ключевых слов

### 1. 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

### 2. 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.

### 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-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 медиaprостранстве

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

Трудовая функция: Организация и управление реабилитационным случаем

[illegible]

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
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			<b>96</b>
	<b>экзамен</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. Раздел 1. Понятие об эффективности</b>			
1	<p><b>Тема 1. Понятие об эффективности деятельности. История развития</b></p> <p><i>Основное содержание темы:</i> Понятие об эффективности деятельности. История развития. Роль анализа в повышении эффективности деятельности в медиа</p>	<p><b>Формируемые компетенции:</b> УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p> <p><b>В результате изучения темы студент должен:</b> <b>Знать:</b> сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития <b>Уметь:</b> - 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 <b>Владеть:</b> навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях</p>	тестовый контроль
2.	<p><b>Тема 2. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа</b></p> <p><i>Основное содержание темы:</i> Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа. Значение показателей в процессе анализа. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа.</p>	<p><b>Формируемые компетенции:</b> ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность</p> <p><b>В результате изучения темы студент должен:</b> <b>Знать:</b> - теорию и технологии менеджмента; - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду; - особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели</p>	Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль

	<p>Моделирование взаимосвязей в обеспечении эффективности деятельности в медиа</p>	<p>деятельности</p> <p><b>Уметь:</b> - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять статистический анализ;</li> <li>- применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиaprостранстве</p>	
<b>Раздел 2. Раздел 2. Анализ эффективности деятельности</b>			
3.	<p><b>Тема 3. Анализ эффективности деятельности медиа</b></p> <p><i>Основное содержание темы:</i> Анализ эффективности деятельности. Нормативное обеспечение анализа эффективности деятельности</p>	<p><b>Формируемые компетенции:</b></p> <p>ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность;</p> <p><b>В результате изучения темы студент должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теорию и технологии менеджмента; - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду;</li> <li>- особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности</li> </ul> <p><b>Уметь:</b> - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять статистический анализ;</li> <li>- применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> современными методами менеджмента</p>	<p>Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль</p>



		профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве	
5.	Тема 4. Показатели эффективности деятельности в медиа Методы анализа. Показатели эффективности деятельности в медиа	<p><b>Формируемые компетенции:</b> ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность</p> <p><b>В результате изучения темы студент должен:</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теорию и технологии менеджмента; - нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду;</li> <li>- особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности</li> </ul> <p><b>Уметь:</b> - принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять статистический анализ;</li> <li>- применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности;</li> <li>- обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений</li> </ul> <p><b>Владеть:</b> современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве</p>	тестовый контроль
			экзамен

## 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

## **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**

### **Список литературы**

#### **8.1.Основная литература:**

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

#### **8.2. 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 с.
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 с.
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 с.
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 с.
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 с.
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. Снегирев, 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 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 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.

## **10 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