

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> 07.04.2025 г., протокол № 8.

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

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

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 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	семина. (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

4.3 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 <i>Основное содержание темы:</i> 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 <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. 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 и управленческих решений Владеть: современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве	Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль
----	--	---	--

Раздел 2. Анализ эффективности деятельности

3.	Тема 3. Анализ эффективности деятельности медиа <i>Основное содержание темы:</i> 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;	Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль
----	---	--	--

		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 Владеть: современными методами менеджмента 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	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 и управленческих решений Владеть: современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве	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, отчет 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

8.1. 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 с.
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.

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., Гринёва 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 - 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
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	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.....	8
5.1. Образовательные технологии	8
5.2. Информационно-коммуникационные технологии.....	8
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	9
6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР	9
7. Фонд оценочных средств.....	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
8.1. Основная литература:	9
8.2. Дополнительная литература:.....	9
8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	11
8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы.....	11
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	12
11. Перечень ключевых слов.....	12