

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Нижегородский государственный технический университет**  
**им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)**

---

---

Образовательно-научный институт экономики и управления (ИНЭУ)

Кафедра «Цифровая экономика»

ОДОБРЕНО:

на заседании кафедры разработчика  
протокол № 3 от 15.05.2026 г.

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Митяков С.Н.

15.05.2026 г.

УТВЕРЖДЕН:

на заседании ученого совета ИНЭУ  
протокол № 4 от 19.05.2026 г.

Директор института

\_\_\_\_\_ Митяков С.Н.

19.05.2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.4.1 Медиаэкономика**

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

|                         |                                            |
|-------------------------|--------------------------------------------|
| Направление подготовки: | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность:         | Продвижение средств массовой информации    |
| Форма обучения:         | заочная                                    |
| Выпускающая кафедра     | СОМиК                                      |
| Разработчик (и):        | Болоничева Т.В., к.э.н., доцент, доцент    |
| регистрационный №       | 42.03.01-П-59                              |

Начальник МО \_\_\_\_\_

подпись

Заведующая отделом комплектования НТБ \_\_\_\_\_

подпись

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2026 год

## Содержание

|                                                                                                                                                    |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....</b> | <b>3</b>   |
| <b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>                                                                             | <b>5</b>   |
| <b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>                                                                                                  | <b>4</b>   |
| 3.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам.....                                                                         | 4          |
| 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам .....                                                                                       | 4          |
| <b>4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>                                                                                         | <b>5</b>   |
| 4.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда.....                                                                                 | 6          |
| 4.2. Справочно-библиографическая литература.....                                                                                                   | 7          |
| 4.3 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям .....                                                                        | 8          |
| <b>5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>                                                                                              | <b>130</b> |
| 5.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....                       | 14         |
| 5.1.1. Собственные образовательные ресурсы. Электронные ресурсы НТБ .....                                                                          | 14         |
| 5.1.2 Сторонние электронные образовательные и информационные ресурсы. Внешние ресурсы.....                                                         | 14         |
| 5.1.3 Перечень современных баз данных и информационных справочных систем. ....                                                                     | 11         |
| 5.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....                                                                     | 11         |
| <b>6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>                         | <b>12</b>  |
| <b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>                                                                        | <b>13</b>  |
| 9.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии .....                                      | 14         |
| 9.2. Методические указания для занятий лекционного типа .....                                                                                      | 14         |
| 9.3. Методические указания по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа ....                                                               | 15         |
| 9.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся .....                                                                             | 15         |
| <b>10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ.....</b>                                                         | <b>16</b>  |
| <b>11. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ И ИНВАЛИДОВ .....</b>                                                                             | <b>16</b>  |

# **1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает планируемые результаты обучения по дисциплине, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 8 июня 2017 г. N 512.

Освоение дисциплины вносит вклад в формирование компетенций, предусмотренных ОПОП:

Таблица 1.

| Код компетенции              | Формулировка компетенции                                                                                                                                           |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Профессиональные (ПК)</b> |                                                                                                                                                                    |
| ПКС-3                        | Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ. |

Для категорий «знать, уметь, владеть» планируется достижение результатов обучения по дисциплине, вносящих на соответствующих уровнях вклад в формирование компетенций, предусмотренных основной профессиональной образовательной программой (таблица 2).

Таблица 2. Индикаторы достижения компетенции

| Код и наименование компетенции                                                                                                                                           | Код и наименование индикатора достижения компетенции                 | Код и наименование дескриптора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Код ПС и ТФ <sup>1</sup> | Квалификационные требования к выбранной ТФ <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Оценочные материалы (ОМ)                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ. | ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ. | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- механизмы влияния внешних факторов на потребительский спрос СМИ и специфику журналистской информации как информационного продукта, а также особенности медиапродуктов на рынке СМИ.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определить механизмы влияния внешних факторов на потребительский спрос СМИ и специфику журналистской информации как информационного продукта, а также особенности медиапродуктов на рынке СМИ.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками определения влияния внешних факторов на потребительский спрос СМИ и специфику журналистской информации как информационного продукта, а также особенности медиапродуктов на рынке СМИ..</li> </ul> | 06.009 В/01.6            | <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики</li> </ul> | Письменный опрос по темам<br>Вопросы для устного собеседования |

<sup>1</sup> При отсутствии данных данный столбец нужно удалить;<sup>2</sup> При отсутствии данных данный столбец нужно удалить.

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Код и наименование дескриптора достижения компетенции | Код ПС и ТФ <sup>1</sup> | Квалификационные требования к выбранной ТФ <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Оценочные материалы (ОМ) |
|--------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                                |                                                      |                                                       |                          | <p>целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС- 3.2, ИПКС-3.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> |                          |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                     | Код и наименование дескриптора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Код ПС и ТФ <sup>1</sup> | Квалификационные требования к выбранной ТФ <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Оценочные материалы (ОМ)                                                  |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|                                | <b>ИПКС-3.2.</b> Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закономерности развития информационного рынка СМИ, основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать закономерности развития информационного рынка СМИ, основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления прогноза относительно развития закономерностей информационного рынка СМИ и редакционно- издательского маркетинга и менеджмента.</li> </ul> | 06.009 В/01.6            | <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового</li> </ul> | <p>Письменный опрос по темам</p> <p>Вопросы для устного собеседования</p> |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Код и наименование дескриптора достижения компетенции | Код ПС и ТФ <sup>1</sup> | Квалификационные требования к выбранной ТФ <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                              | Оценочные материалы (ОМ) |
|--------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                                |                                                      |                                                       |                          | <p>исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> |                          |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                  | Код и наименование дескриптора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Код ПС и ТФ <sup>1</sup> | Квалификационные требования к выбранной ТФ <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Оценочные материалы (ОМ)                                                  |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|                                | <b>ИПКС-3.3.</b> Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ. | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закономерности развития информационного рынка СМИ, основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать закономерности развития информационного рынка СМИ, основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления прогноза относительно развития закономерностей информационного рынка СМИ и редакционно- издательского маркетинга и менеджмента.</li> </ul> | 06.009 В/01.6            | <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС- 3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового</li> </ul> | <p>Письменный опрос по темам</p> <p>Вопросы для устного собеседования</p> |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Код и наименование дескриптора достижения компетенции | Код ПС и ТФ <sup>1</sup> | Квалификационные требования к выбранной ТФ <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                              | Оценочные материалы (ОМ) |
|--------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                                |                                                      |                                                       |                          | <p>исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</li> <li>- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</li> </ul> |                          |

Данные по профессиональным стандартам ОП ВО:

Шифр и наименование профессионального стандарта (ПС) – 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) В Организация продвижения продукции СМИ

Код и наименование трудовой функции (ТФ) -- В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина (модуль) Б.1.В.ДВ.4.1 «Медиэкономика» включена в перечень, вариативной части дисциплин (формируемой участниками образовательных отношений) по выбору (запросу студентов), направленный на углубление уровня освоения компетенций. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП.

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: «экономика», «основы финансовой грамотности», «маркетинговый анализ СМИ», «количественные и качественные исследования СМИ».

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при изучении следующих дисциплин «экономика СМИ», для прохождения практики, а также при подготовке к выполнению выпускной квалификационной работы.

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 1448 часов, распределение часов по видам работ семестра представлено в таблице 3.

Таблица 3. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

| Вид учебной работы                                       | Трудоемкость в час                               |                     |  |  |  |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------|--|--|--|
|                                                          | Всего час.                                       | В т.ч. по семестрам |  |  |  |
|                                                          |                                                  | № сем 9             |  |  |  |
| <b>Формат изучения дисциплины</b>                        | с использованием элементов электронного обучения |                     |  |  |  |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану</b>   | <b>144</b>                                       | <b>144</b>          |  |  |  |
| <b>1. Контактная работа:</b>                             | <b>18</b>                                        | <b>18</b>           |  |  |  |
| <b>1.1 Аудиторная работа, в том числе:</b>               | <b>12</b>                                        | 12                  |  |  |  |
| лекции                                                   | 4                                                | 4                   |  |  |  |
| лабораторные                                             |                                                  |                     |  |  |  |
| практические                                             | 8                                                | 8                   |  |  |  |
| <b>1.2 Контрольно-самостоятельная работа</b>             | <b>6</b>                                         | 6                   |  |  |  |
| курсовая работа/курсовой проект                          |                                                  |                     |  |  |  |
| текущий контроль, консультации по дисциплине             |                                                  |                     |  |  |  |
| контактная работа на промежуточном контроле (экзамен)    | <b>6</b>                                         | <b>6</b>            |  |  |  |
| реферат, расчетно-графическая работа, контрольная работа |                                                  |                     |  |  |  |

|                                                                                                                                                      |                |                |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|--|--|--|
| <b>2. Самостоятельная работа</b>                                                                                                                     | <b>126</b>     | <b>126</b>     |  |  |  |
| 1.1 самостоятельная работа (самостоятельное изучение разделов, самоподготовка, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.) | <b>117</b>     | <b>117</b>     |  |  |  |
| 1.2 подготовка к контролю                                                                                                                            | <b>9</b>       | <b>9</b>       |  |  |  |
| <b>3. Форма контроля</b>                                                                                                                             | <b>экзамен</b> | <b>экзамен</b> |  |  |  |

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты осво-<br>ения:код УК;<br>ОПК; ПК и инди-<br>каторы достиже-<br>ния компетенций | Наименование разделов, тем                       | Виды учебной работы (час) |                             |                                |                                                  | Вид СРС                                                   | Наименование<br>используемых<br>активных и ин-<br>терактивных<br>образовательных<br>технологий | Реализация в<br>рамках Прак-<br>тической под-<br>готовки<br>(трудоемкость<br>в часах) | Наименование<br>разработанного<br>Электронного<br>курса (трудо-<br>емкость в ча-<br>сах) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                              |                                                  | Контактная<br>работа      |                             |                                | Самостоятель-<br>ная работа сту-<br>дентов (час) |                                                           |                                                                                                |                                                                                       |                                                                                          |
|                                                                                                                              |                                                  | Лекции                    | Лабора-<br>торные<br>работы | Практиче-<br>ские заня-<br>тия |                                                  |                                                           |                                                                                                |                                                                                       |                                                                                          |
| 5 курс                                                                                                                       |                                                  |                           |                             |                                |                                                  |                                                           |                                                                                                |                                                                                       |                                                                                          |
| ПКС-3<br>ИПКС-3.1                                                                                                            | Раздел 1. Медиаэкономика в современном обществе  |                           |                             |                                |                                                  |                                                           |                                                                                                |                                                                                       |                                                                                          |
|                                                                                                                              | Тема 1.1. СМИ в современной эко-<br>номике       | 0,5                       |                             | 1                              | 10                                               | Подготовка к<br>лекциям и прак-<br>тическим заня-<br>тиям | Опрос по темам,<br>работа в малых<br>группах, деловые<br>игры, тесты.                          |                                                                                       |                                                                                          |
|                                                                                                                              | Тема 1.2. Основные концепции ме-<br>диаэкономики | 0,5                       |                             | 1                              | 10                                               | Подготовка к<br>лекциям и прак-<br>тическим заня-<br>тиям | Опрос по темам,<br>работа в малых<br>группах, деловые<br>игры, тесты.                          |                                                                                       |                                                                                          |
|                                                                                                                              | Тема 1.3. Структура рынка СМИ                    | 1                         |                             | 2                              | 17                                               | Подготовка к<br>лекциям и прак-<br>тическим заня-<br>тиям | Опрос по темам,<br>работа в малых<br>группах, деловые<br>игры, тесты.                          |                                                                                       |                                                                                          |

|                                                                                                      |                                                                    |                           |                     |                                        |         |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------|----------------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------|
|                                                                                                      | Итого по 1 разделу                                                 | 2                         |                     | 4                                      | 37      |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |
| ПКС-3<br>ИПКС-3.2, 3.3.                                                                              | Раздел 2. Экономические особенности медиаиндустрии                 |                           |                     |                                        |         |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |
|                                                                                                      | Тема 2.1. Экономические особенности газетной индустрии             | 0,5                       |                     | 1                                      | 20      | Подготовка к лекциям и практическим занятиям                                  | Опрос по темам, работа в малых группах, деловые игры, тесты.       |                                                                       |                      |
| Планируемые (контролируемые) результаты освоения:код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций | Наименование разделов, тем                                         | Виды учебной работы (час) |                     |                                        | Вид СРС | Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий | Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах) | Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах) |                      |
|                                                                                                      |                                                                    | Контактная работа         |                     | Самостоятельная работа студентов (час) |         |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |
|                                                                                                      |                                                                    | Лекции                    | Лабораторные работы |                                        |         |                                                                               |                                                                    |                                                                       | Практические занятия |
|                                                                                                      | Тема 2.2. Экономические особенности журнальной индустрии           | 0,5                       |                     | 1                                      | 20      | Подготовка к лекциям и практическим занятиям                                  | Опрос по темам, работа в малых группах, деловые игры, тесты.       |                                                                       |                      |
|                                                                                                      | Тема 2.3. Экономические особенности телевизионной и радиоиндустрии | 0,5                       |                     | 1                                      | 20      | Подготовка к лекциям и практическим занятиям                                  | Опрос по темам, работа в малых группах, деловые игры, тесты.       |                                                                       |                      |
|                                                                                                      | Тема 2.4. Экономика онлайн-овых СМИ                                | 0,5                       |                     | 1                                      | 20      | Подготовка к лекциям и практическим занятиям                                  | Опрос по темам, работа в малых группах, деловые игры, тесты.       |                                                                       |                      |
|                                                                                                      | Итого по 2 разделу                                                 | 2                         |                     | 4                                      | 80      |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |
|                                                                                                      | ИТОГО ЗА КУРС                                                      | 4                         |                     | 8                                      | 117     |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |
|                                                                                                      | ИТОГО по дисциплине                                                | 4                         |                     | 8                                      | 117     |                                                                               |                                                                    |                                                                       |                      |

## **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда**

4.1.1 Сухарев, О. С. "Экономика технологий". Новое научное направление / О. С. Сухарев. - Москва : Финансы и статистика, 2026. - 288 с. - ISBN 978-5-00184-139-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785001841395.html> (дата обращения: 07.05.2026).

4.1.2 Выгодчикова, И. К. Управленческие решения в организации : оценка эффективности и рейтинговые модели : монография / И. Ю. Выгодчикова, А. И. Бородин, Н. Н. Наточеева. - Москва : Дашков и К, 2023. - 165 с. - ISBN 978-5-394-05615-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394056154.html> (дата обращения: 07.05.2026).

4.1.3 Сяглова, Ю. В. Управление бизнесом в условиях цифровой экономики : учебник для вузов / Ю. В. Сяглова, Т. П. Маслевич, Н. Б. Сафронова. - Москва : Дашков и К, 2024. - 320 с. - ISBN 978-5-394-05804-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394058042.html> (дата обращения: 07.05.2026).

### **4.2. Справочно-библиографическая литература**

4.2.1 Мовчан, И. В. Экономика : принципы, механизмы, ценностные ориентиры : учебное пособие / И. В. Мовчан, О. А. Ищенко-Падукова. - Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2025. - 132 с. - ISBN 978-5-9275-5128-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927551286.html> (дата обращения: 07.05.2026).

4.2.2. Строев, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник для вузов / В. В. Строев, М. Д. Магомедов, Е. Ю. Алексейчева. - Москва : Дашков и К, 2025. - 369 с. - ISBN 978-5-394-06246-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394062469.html> (дата обращения: 07.05.2026).

4.2.3 Кулаков, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Кулаков Ю. Н. - Москва : Издательство МИСИ - МГСУ, 2022. - 155 с. - ISBN 978-5-7264-1732-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785726417325.html> (дата обращения: 07.05.2026).

### **4.3 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям**

Фонд оценочных средств по дисциплине «Медиаэкономика» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, всех форм обучения / Т.В.Болоничева. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2026. – 13 с.

## **5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

## **5.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

### **5.1.1. Собственные образовательные ресурсы. Электронные ресурсы НТБ**

- Научно-техническая библиотека НГТУ  
<https://www.nntu.ru/structure/view/podrazdeleniya/nauchno-tehnicheskaya-biblioteka/resursy>
- Библиотека электронных учебников <https://fdp.nntu.ru/knizhnaya-polka/>
- Электронный каталог книг и периодических изданий (АИБС «МегаПро») с размещенными полными текстами <https://library.nntu.ru/megapro/web>
- Электронная библиотека Первокурсник  
<https://www.nntu.ru/structure/view/podrazdeleniya/nauchno-tehnicheskaya-biblioteka/resursy>
- Реферативные журналы  
[https://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org\\_structura/library/resurvsy/ref\\_gyrnal\\_16.pdf](https://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/library/resurvsy/ref_gyrnal_16.pdf)

### **5.1.2 Сторонние электронные образовательные и информационные ресурсы. Внешние ресурсы**

- ЭБС издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Консультант студента - Электронная библиотека технического вуза»  
<https://www.studentlibrary.ru/>
- ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>
- Справочно-правовые системы (ИПК Кодекс, Система Гарант, КонсультантПлюс) - доступны только в залах электронных ресурсов

### **5.1.3 Перечень современных баз данных и информационных справочных систем.**

#### **Внешние ресурсы:**

- Справочно-правовые системы (ИПК Кодекс, Система Гарант, КонсультантПлюс) доступ из локальной сети
- Федеральный информационный фонд стандартов ФГУП «Стандартинформ» доступ из локальной сети
- База Academic Reference доступ из локальной сети
- База данных Academic Search Premier компании EBSCO доступ из локальной сети
- База данных свободного доступа Polpred Обзор СМИ <https://polpred.com/news>
- База данных zbMath <https://zbmath.org/>
- База данных Springer Nature Protocols and Methods  
<https://experiments.springernature.com/springer-protocols-migrated-to-experiments>
- База данных Springer Materials <https://materials.springer.com/>
- База данных Nano Database <https://www.springernature.com/gp/products/database>

#### **Свободный доступ:**

- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
- КиберЛенинка — это научная электронная библиотека открытого доступа  
<https://cyberleninka.ru/journal>
- Электронно-библиотечная система издательства «Наука» <https://www.libnauka.ru/>
- Информационная система доступа к каталогам библиотек сферы образования и науки ЭКБСОН <http://www.vlibrary.ru/>
- База данных свободного доступа Polpred Обзор СМИ <https://polpred.com/news>

- Электронный архив материалов по направлению «Науки о земле и энергетика» <https://doc365.ru/>
- Электронная библиотека «История Росатома» <https://elib.biblioatom.ru/>

## 5.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 5. Перечень электронных библиотечных систем

| № | Наименование ЭБС     | Ссылка к ЭБС                                                              |
|---|----------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Консультант студента | <a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a> |
| 2 | Лань                 | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>               |
| 3 | Юрайт                | <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>         |

Таблица 6. Перечень программного обеспечения

| Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе                  | Программное обеспечение свободного распространения |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 1                                                                                          | 2                                                  |
| Microsoft Windows 10 (подписка DreamSpark Premium, договор № 0509/КМРот 15.10.18)          | Open office 4.1.10 (лицензия Apache License 2.0)   |
| Microsoft Windows 8.1 (подписка DreamSpark Premium, договор № 0509/КМРот 15.10.18)         | Adobe Acrobat Reader DC-Russian(проприетарное ПО)  |
| Microsoft Office Standard 2016 (лицензия № 65824992)                                       | Mozilla Firefox (свободное ПО)                     |
| Р7 Офис (с/н 5260001439)                                                                   | Google Chrome (свободное ПО)                       |
| Microsoft Visual Studio 2017 (подписка DreamSpark Premium, договор № 0509/КМР от 15.10.18) | YandexBrowser (свободное ПО)                       |
| Dr.Web 2026 SRBK-Z197-67LX-4N3W                                                            |                                                    |

Таблица 7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

| №  | Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы | Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)                                                                                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 2                                                                           | 3                                                                                                                                                                                 |
| 1. | Справочно-правовые системы (ИПК Кодекс, Система Гарант, КонсультантПлюс)    | доступ из локальной сети                                                                                                                                                          |
| 2. | Федеральный информационный фонд стандартов ФГУП «Стандартинформ»            | доступ из локальной сети                                                                                                                                                          |
| 3. | База Academic Reference                                                     | доступ из локальной сети                                                                                                                                                          |
| 4. | База данных Academic Search Premier компании EBSCO                          | доступ из локальной сети                                                                                                                                                          |
| 5. | База данных свободного доступа Polpred Обзор СМИ                            | <a href="https://polpred.com/news">https://polpred.com/news</a>                                                                                                                   |
| 6. | База данных zbMath                                                          | <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a>                                                                                                                             |
| 7. | База данных Springer Nature Protocols and Methods                           | <a href="https://experiments.springernature.com/springer-protocols-migrated-to-experiments">https://experiments.springernature.com/springer-protocols-migrated-to-experiments</a> |
| 8. | База данных Springer Materials                                              | <a href="https://materials.springer.com/">https://materials.springer.com/</a>                                                                                                     |
| 9. | База данных Nano Database                                                   | <a href="https://www.springernature.com/gp/product">https://www.springernature.com/gp/product</a>                                                                                 |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине могут быть использованы любые учебные аудитории, лаборатории или специализированные помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения в соответствии с требованиями к реализации программы. Сведения об оборудованных учебных кабинетах размещена на сайте НГТУ (<https://www.nntu.ru/>) в разделе «Материально-техническое обеспечение и оснащённость образовательного процесса. Доступная среда» по ссылке: <https://www.nntu.ru/sveden/objects/>.

Таблица 9. Оснащенность аудиторий и помещений для проведения учебных занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине

| Адрес места нахождения                                                      | Наименование оборудованного учебного кабинета                    | Оснащенность оборудованного учебного кабинета                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                           | 2                                                                | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 4                                                                                                                                                                                                       |
| 603155, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, Казанское шоссе, д. 12к6 | Мультимедийная аудитория № 6421 учебно-лабораторного корпуса № 6 | 1. Доска меловая – 1 шт.<br>3. Экран – 1 шт.<br>4. Мультимедийный проектор Epson X12 – 1 шт.<br>5. Компьютер PC MB Asus на чипсете Nvidia/AMDAthlonXII CPU 2.8Ggz/ RAM 4 Ggb/SVGAStandartGraphics +Ge-FORCE Nvidia GT210/HDD 250Ggb,SATAinterface, монитор 19", с выходом на проектор.<br>6. Рабочее место студента - 74<br>7. Рабочее место для преподавателя – 1 шт. | 1. Windows 7 32 bit корпоративная; VL 49477S2<br>2. Adobe Acrobat Reader DC-Russian (беспл.)<br>3. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655);<br>4. Dr.Web 2026 SRBK-Z197-67LX-4N3W |

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ<sup>3</sup>

### 9.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

<sup>3</sup> Приведены примеры методических указаний. Составитель программы излагает пункты в своей интерпритации.

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Медиаэкономика», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта.

Иницируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена с учетом текущей успеваемости.

**Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне**, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

**Результат обучения считается несформированным**, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине, которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

## **9.2. Методические указания для занятий лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4) . Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала.

## **9.3. Методические указания по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа**

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Приводятся конкретные методические указания для обучающихся по выполнению реферата или эссе, требования к их оформлению, порядок сдачи.

Примерная тематика рефератов

- Охарактеризуйте рынок СМИ.
- Перечислите стадии производства, формирующие производственную цепочку в медиаиндустрии.
- Какова роль рекламы в СМИ?
- За счет каких средств финансируется коммерческое СМИ?
- Как рекламодатели могут измерить аудиторию интернета?
- Назовите основные источники доходов онлайн-СМИ.

## **9.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут

работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 10). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

## **10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ.**

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины.

ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НГТУ им. Р.Е. Алексеева.

## **11. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ И ИНВАЛИДОВ**

Согласно Федеральному закону от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» ст. 79, п.8 профессиональное обучение и профессиональное образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся. Адаптированная рабочая программа разрабатывается по каждой направленности при наличии заявления со стороны обучающегося (родителей, законных представителей) и медицинских показаний (рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии). Для инвалидов адаптированная образовательная программа разрабатывается в соответствии с индивидуальной программой реабилитации.