

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля»**

**Институт управления и государственной службы  
Кафедра управления персоналом и экономической теории**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института управления  
и государственной службы  
РГУ «ЛГУ им. В.Даля»  
09.09.2023г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ЭКОНОМИКА СМИ И ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА»**

По направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации

Профиль подготовки «Общий»

Луганск 2023

## Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации – \_\_ с.

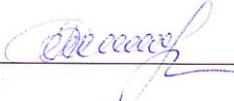
Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 527, учебного плана по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (профиль «Общий»).

### СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. наук по гос. управлению, старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории Авдеева В.Н.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории

«12» 03 2023 года, протокол № 13

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  Г.В. Чумаченко

Переутверждена: «\_\_\_» 20 \_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

### Согласована:

Директор института философии \_\_\_\_\_ проф. П. П. Скляр

Переутверждена: «\_\_\_» 20 \_\_ года, протокол № \_\_\_\_\_

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы

«12» 04 2023 года, протокол № 8

Председатель учебно-методической комиссии института управления и государственной службы



А.А. Резник

## **Структура и содержание дисциплины**

### **1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе**

Цель изучения дисциплины – дать общее взаимосвязанное представление о характере и особенностях экономики и планирования в медиабизнесе.

Задачи:

- ознакомить студентов с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;
- научить студентов свободно оперировать экономическими категориями, разбираться в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;
- развить у студентов навыки экономического мышления, способность к анализу коммерческой деятельности СМИ, определению уровня их рентабельности.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Дисциплина «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» относится к базовой части профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются знания, полученные при изучении дисциплин «Информатика», «Медиаменеджмент», «Технологии разработки баз данных», «Экономическая теория», умения анализировать информацию, сопоставлять данные, делать из полученных знаний выводы, владение навыками самостоятельной работы с учебной литературой.

Содержание дисциплины является фундаментом для изучения дисциплин: «PR в медиасфере», «Производство электронных медиа», «Реклама в медиасфере», является базовой для последующего освоения дисциплин профессионального цикла ООП.

### **3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Экономика СМИ и организация медиапроизводства», должны

**знать:**

- систему понятий и терминов, связанных с организационно-экономической деятельностью СМИ;
- общие закономерности экономических процессов на медиарынке;
- специфику медиа-бизнеса и средств массовой информации как рыночного продукта, формы организации медиа-компаний и источники их финансирования, задачи бизнес-планирования и структуру бизнес-плана;
- правовые основы и процессы создания и функционирования СМИ на рынке;

**уметь:**

- определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска периодического издания;
- разбираться в многообразии форм экономической деятельности медиабизнеса;
- ориентироваться в вопросах издательской и коммерческой деятельности СМИ;
- представлять механизм формирования бюджета редакции, прибыли, рентабельности, оплаты труда журналиста;
- выполнять соответствующие функции в рамках должностных обязанностей
- ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ, быть способным учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности.

**владеТЬ:**

- навыками управления современным СМИ в части проектирования организационной структуры;
- методами отбора наиболее подходящих организационных форм;
- современными методиками управления персоналом в редакциях СМИ.

Перечисленные результаты образования являются основой для формирования следующих компетенций:

**универсальных:**

УК-9 – способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

## **4. Структура и содержание дисциплины**

### **4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
<b>Объем учебной дисциплины (всего)</b>	<b>108 (3 зач. ед)</b>	<b>108 (3 зач. ед)</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка дисциплины (всего)</b>	<b>48</b>	<b>8</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	24	4
Семинарские занятия	-	
Практические занятия	24	4
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.)	-	-
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>60</b>	<b>100</b>
Форма аттестации	зачет	зачет

## **4.2. Содержание разделов дисциплины**

### **Тема 1. Предмет, объект, цели и задачи курса**

Предмет, объект, цели и задачи дисциплины. Гибридность медиапродукта. Разделение в экономике медиа понятия «контент» и понятия «носитель». Информация как коллективный и общественный товар. Носитель информации как частный товар. Реклама как товар, не подлежащий классификации.

### **Тема 2. Информационный рынок**

Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Схема информационного рынка по средствам массовой информации.

### **Тема 3. Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности**

Сущность предпринимательства, его формы, субъекты. Предпринимательская деятельность предприятия. Классификация предприятий по формам собственности, по отраслевому признаку, по типам производства, размерам, организационно-правовым формам, их характеристика. Производственная и организационная структуры СМИ. Имущество предприятий, его состав.

### **Тема 4. Формы организации медиабизнеса**

Условия основания СМИ. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на медиарынке России: российский капитал на медиарынке, иностранный капитал на медиарынке

### **Тема 5. Организация деятельности медиапроизводства**

Регистрация СМИ. Устав редакции. Приостановление и прекращение деятельности СМИ.

### **Тема 6. Основы редакционного менеджмента**

Менеджмент и редакция. Управление редакционным коллективом. Экономические основы труда журналиста. Этика и закон.

### **Тема 7. Маркетинг на медиа-предприятиях**

Основные элементы маркетинга: продукт, цена, рынки сбыта, продвижение. Маркетинг как философия бизнеса СМИ. Маркетинг как комплекс инструментов изучения рынка и воздействия на него. Маркетинг как функция управления рыночной деятельностью предприятия. Маркетинговые внутрифирменные технологии: создание прайс-листа на продукты и услуги СМИ, создание системы скидок на услуги, создание системы работы с клиентами. Создание системы продаж продуктов и услуг

медиакомпании. Создание системы оплаты труда коммерческой службы. Создание баз данных потребителей продукции и услуг медиа-предприятия. Создание и выведение на рынок новых контентных и коммерческих продуктов. Принцип проектной работы (проект-менеджмент). Риски в медиаиндустрии.

### **Тема 8. Конкуренция СМИ: ее виды. Типы рыночных структур в медиаиндустрии**

Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран. Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная.

### **Тема 9. Бизнес-планирование (моделирование) на медиапредприятии**

Определение понятия «бизнес-план». Типология бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления. Бизнес-план как инструмент диверсификации деятельности медиа-компании. Бизнес-план как инструмент привлечения инвестиций. Бизнес-планирование как инструмент определения стратегии предприятия в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

### **Тема 10. Издержки и себестоимость продукции**

Издержки в медиа-индустрии: постоянные и переменные издержки различных видов медиа. Издержки и объемы производства в медиа-индустрии.

### **Тема 11. Ценообразование в рыночной экономике**

Экономическое содержание цены, функции цен. Сущность ценообразования, этапы процесса ценообразования. Методы формирования цены. Виды цен. Тарифы на автомобильном транспорте, их характеристика, методика расчета. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг. Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ. Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции. Концепция случайной цены медиа. Доходы и расходы медиа.

### **Тема 12. Прибыль и рентабельность**

Доход СМИ, его структура. Сущность прибыли. Функции и роль прибыли. Виды прибыли. Источники образования прибыли. Распределение и использование прибыли. Сущность и виды рентабельности. Методика расчета уровня рентабельности медиа-предприятия, отдельных видов деятельности.

### **Тема 13. Учет на медиапредприятии**

Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия. Управленческий учет как база для принятия административных решений. Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности. Учетная политика как фактор управления себестоимостью, как фактор конкурентоспособности. Бюджет предприятия. Бюджетирование как регулярный процесс.

### **Тема 14. Особенности налогообложения СМИ**

Налоги, их сущность, функции и классификация. Налогообложение как способ регулирования доходов и источник пополнения государственных средств. Налогообложение организации и физических лиц, его экономическая сущность и виды. Основные виды федеральных налогов, методика их расчетов. Налоги субъектов Федерации (налог на имущество организаций, транспортный налог). Местные налоги, их роль в местном самоуправлении.

### **Тема 15. Логистика в массмедиа**

Сущность и цель логистики в массмедиа. Административная управленческая логистика. Закупочная логистика. Информационная логистика

#### **4.3. Лекции**

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Предмет, объект, цели и задачи курса	2	-
2	Информационный рынок	2	-
3	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности	2	2
4	Формы организации медиабизнеса	2	-
5	Организация деятельности медиапроизводства	2	2
6	Основы редакционного менеджмента	2	-
7	Маркетинг на медиапредприятии	2	-
8	Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии	2	-
9	Бизнес-планирование (моделирование) на медиапредприятии	2	-
10	Издержки и себестоимость продукции	2	-
11	Ценообразование в рыночной экономике	2	-
12	Прибыль и рентабельность	2	-
13	Учет на медиапредприятии	2	-
14	Особенности налогообложения СМИ	1	-
15	Логистика в массмедиа	1	-
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>4</b>

#### **4.4. Практические занятия**

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Предмет, объект, цели и задачи курса	2	-
2	Информационный рынок	2	-
3	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности	2	-
4	Формы организации медиабизнеса	2	-
5	Организация деятельности медиапроизводства	2	-
6	Основы редакционного менеджмента	2	-
7	Маркетинг на медиапредприятии	2	1
8	Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии	2	1
9	Бизнес-планирование (моделирование) на медиапредприятии	2	
10	Издержки и себестоимость продукции	2	
11	Ценообразование в рыночной экономике	2	
12	Прибыль и рентабельность	2	
13	Учет на медиапредприятии	2	
	Особенности налогообложения СМИ	1	1
14	Логистика в массмедиа	1	1
<b>Итого:</b>		<b>24</b>	<b>4</b>

**4.5. Лабораторные работы** рабочим учебным планом не предусмотрены.

#### **4.6. Самостоятельная работа студентов**

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Понятие редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	2
2	Основные цели и задачи редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	2
3	Аспекты рынка СМИ. Факторы изучения аспектов рынка СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	2
4	Финансовый рынок СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	2
5	Рынок труда СМИ.	Самостоятельный поиск источников	2	2

		информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.		
6	Издательский рынок.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
7	Рынок материалов СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
8	Технический рынок.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
9	Рынок информации и идей.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
10	Рынок распространителей.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
11	Рынок периодических изданий.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	1	3
12	Исследование рынка периодических изданий.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	1	3
13	Рынок потребителей информации СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
14	Ситуации конкуренции на рынке СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
15	Основы планирования редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
16	Бюджет маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
17	Маркетинговые прогнозы.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
18	Расходная часть бюджета СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к	2	3

		семинарским занятиям, контролю знаний и умений.		
19	Доходная часть бюджета СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	3
20	Ценовая политика СМИ. Факторы ценовой политики редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
21	Система публикаций рекламы. Экономические принципы редакционной деятельности.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
22	Понятие редакционного менеджмента. Задачи менеджмента.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
23	Производственный и финансовый менеджмент.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
24	Менеджер – ключевая фигура управления СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
25	Уровни менеджмента в редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
26	Структура редакционного коллектива.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
27	Принципы редакционной деятельности.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
28	Функциональные группы редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
29	Типы структур редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
30	Факторы экономической модели газеты.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	4
31	Товарный знак,	Самостоятельный поиск источников	2	4

	торговая марка и бренд медиа-проекта	информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений		
<b>Итого:</b>			<b>60</b>	<b>100</b>

**4.7. Курсовые работы/проекты** не предусмотрены рабочим учебным планом.

## **5. Образовательные технологии**

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся необходимо использовать инновационные образовательные технологии при реализации различных видов аудиторной работы в сочетании с внеаудиторной. Используемые образовательные технологии и методы должны быть направлены на повышение качества подготовки путем развития у обучающихся способностей к самообразованию и нацелены на активизацию и реализацию личностного потенциала.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференциированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-

образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования;

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

## **6. Формы контроля освоения дисциплины**

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и семинарские занятия по дисциплине в следующих формах:

- вопросы для аналитического обзора;
- практические задачи;
- вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений);
- эссе;
- рефераты,
- контрольные работы,
- тесты.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Промежуточная аттестация по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного зачета (включает в себя ответ на теоретические вопросы). Студенты, выполнившие 75% текущих и контрольных мероприятий на «отлично», а остальные 25 % на «хорошо», имеют право на получение итоговой отличной оценки.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по шкале, приведенной в таблице.

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено

<p>Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.</p>	
<p>Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.</p>	
<p>Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.</p>	не зачтено

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

### **а) основная литература:**

1. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес моделирования СМИ: ученое пособие для вузов/ В.Л.Иваницкий. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 239 с.
2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 293 с.

### **б) дополнительная литература:**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 507 с.

2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 109 с.

3. Назайкин А.Н. Менеджмент рекламы в современных СМИ в интернете, прессе, на телевидении и радио. Издательство Соломон-Прес, 2017. - 352с.

### **в) интернет-ресурсы:**

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://обрнадзор.gov.ru/>

Министерство образования и науки Луганской Народной Республики –  
<https://minobr.su>

Народный совет Луганской Народной Республики – <https://nslnr.su>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

#### **Электронные библиотечные системы и ресурсы**

Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

#### **Информационный ресурс библиотеки образовательной организации**

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

## **8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

<b>Функциональное назначение</b>	<b>Бесплатное программное обеспечение</b>	<b>Ссылки</b>
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	<a href="https://www.libreoffice.org/">https://www.libreoffice.org/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice">https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice</a>
Операционная система	UBUNTU 19.04	<a href="https://ubuntu.com/">https://ubuntu.com/</a> <a href="https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu">https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu</a>
Браузер	Firefox Mozilla	<a href="http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx">http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx</a>

Браузер	Opera	<a href="http://www.opera.com">http://www.opera.com</a>
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	<a href="http://www.mozilla.org/ru/thunderbird">http://www.mozilla.org/ru/thunderbird</a>
Файл-менеджер	Far Manager	<a href="http://www.farmanager.com/download.php">http://www.farmanager.com/download.php</a>
Архиватор	7Zip	<a href="http://www.7-zip.org/">http://www.7-zip.org/</a>
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	<a href="http://www.gimp.org/">http://www.gimp.org/</a> <a href="http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8">http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8</a> <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP">http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP</a>
Редактор PDF	PDFCreator	<a href="http://www.pdfforge.org/pdfcreator">http://www.pdfforge.org/pdfcreator</a>
Аудиоплеер	VLC	<a href="http://www.videolan.org/vlc/">http://www.videolan.org/vlc/</a>