

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт философии
Кафедра русского языка и культуры речи

УТВЕРЖДАЮ

Директор института философии

П. П. Складар

(подпись)

« 10 » 04 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»**

по направлению подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации
программа магистратуры: «Медиакоммуникации»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии» по специальности 42.04.05 Медиакоммуникации. – 17 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 531; учебного плана по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (программа магистратуры «Медиакоммуникации») и Положения о рабочей программе учебной дисциплины ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ».

СОСТАВИТЕЛИ:

доцент, канд. филол. наук, доцент Будивская Л.П.,

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры русского языка и культуры речи «17» 04 2023 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой

русского языка и культуры речи _____ Нередкова С. С.

Переутверждена: « » _____ 20 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» 04 2023 г., протокол № 7.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии

_____ С. А. Пидченко

Структура и содержание дисциплины

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

Целью дисциплины является изучение тенденций функционирования СМИ в современной структуре общества, основных этапов развития СМИ в контексте развития общества, структуры медиаполитической системы различных стран; изучение различных типов медиасистем, их характерных особенностей; сформировать системное представление о ключевых теоретических концепциях в сфере медиакommunikаций в контексте современных информационных процессов, теоретических и практических направлениях применения знаний в сфере медиакommunikологии.

Задачи:

- изучение современных тенденций развития российской и международной медиакommunikации, современной системы средств массовой информации, особенностей национальных моделей систем СМИ, факторов их формирования, базовых принципов построения, функционирования и развития; изучение принципов структурирования крупнейших сегментов систем СМИ и их взаимодействия;

- изучение новых медиа и их значения в общественно-политическом дискурсе различных стран; изучение и анализ механизмов взаимодействия журналистики и политики; изучение роли информационного фактора в мировой интеграции;

- овладение знаниями о механизмах современного мирового процесса глобализации; понимание современных экономических характеристик медиаиндустрии, ее специфики на глобальном уровне и изучение национальных особенностей сегмента медиа в развитых мировых экономиках;

- овладение методами анализа современных геополитических реалий и взаимоотношений стран на мировой арене и определения места как сферы деятельности и национальных систем СМИ в этих геополитических процессах;

- ознакомление с особенностями рыночной структуры в медиапространстве. Проблемами и перспективами развития рынка современных российских СМИ.

- изучение основных норм русского литературного языка, необходимых специалисту в сфере деловой и профессиональной коммуникации, а также актуализация эффективных способов осуществления профессиональной коммуникации в устной и письменной формах.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина входит в обязательную часть модуля профессиональных дисциплин.

Студенты, завершившие изучение дисциплины, «Медиакommunikации и тенденции развития медиаиндустрии» должны:

знать:

- характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России;
- существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру;
- представлять отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, понимать принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, знать методы их анализа и коррекции;
- принципы и методы создания медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности с опорой на опыт зарубежной медиаиндустрии;
- важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики;
- особенности зарубежного опыта создания современных медиапроектов с учетом исторической эволюции зарубежных СМИ;
- суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности, основы менеджмента в СМИ;

уметь:

- исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий;
- анализировать опыт зарубежной журналистики;
- осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории, осуществлять взаимодействие с аудиторией;
- ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ;
- анализировать зарубежный опыт в сфере медиамоделирования и медиапроектирования с учетом общих особенностей современного процесса, с пониманием возможных направлений заимствования форм медиапланирования для российской практики;

владеть:

- принципами анализа практической деятельности современных массмедиа; принципами описания и классификационно-типологического анализа различных видов и типов СМИ;
- принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности, работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями с учетом опыта современной российской и зарубежной медиаиндустрии.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин стратегии управления проектами в профессиональной сфере, прецедентные феномены в массовой коммуникации; служит основой

для дисциплин разработка и продвижение медиапроекта; подготовки и написания магистерской работы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Умеет моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные действия в зависимости от условий конкретной медиакommunikационной системы. ОПК-5.3. Владеет навыками анализа актуальных тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования правовых и этических норм регулирования для принятия профессиональных решений.	Знать: характеристики и специфические особенности крупнейших зарубежных национальных систем СМИ, структуру СМИ России; существующие организационные формы (медиахолдинги, издательские дома, акционерные общества и т.п.), основные виды, типы СМИ, инфраструктуру; представлять отличительные черты различных типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки, понимать принципы разработки концепции и модели издания, канала, теле- или радиопрограммы, рубрики, знать методы их анализа и коррекции; принципы и методы создания медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности с опорой на опыт зарубежной медиаиндустрии; важнейшие аспекты взаимодействия и связи политических институтов и журналистики; особенности зарубежного опыта создания современных медиапроектов с учетом исторической эволюции зарубежных СМИ; суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными

		формами собственности, основы менеджмента в СМИ; Уметь: исследовать системы СМИ с учетом геополитических реалий; анализировать опыт зарубежной журналистики; осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации, его вида, типа, особенностей аудитории, осуществлять взаимодействие с аудиторией; ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; анализировать зарубежный опыт в сфере медиамоделирования и медиапроектирования с учетом общих особенностей современного процесса, с пониманием возможных направлений заимствования форм медиапланирования для российской практики; Владеть: принципами анализа практической деятельности современных массмедиа; принципами описания и классификационно-типологического анализа различных видов и типов СМИ; принципами общения с экспертами, представителями различных областей деятельности, работы со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями с учетом опыта современной российской и зарубежной медиаиндустрии.
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Очная форма	Объем часов (зач. ед.)	
		Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 (4 зач. ед)	144 (4 з.е.)	144 (4 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	42		18
Лекции	14		8
Семинарские занятия	-		-
Практические занятия	28		10
Лабораторные работы	-		-
Курсовая работа (курсовой проект)	-		-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинг, компьютерные симуляции, интерактивные лекции, семинары, анализ деловых ситуаций и т.п.</i>)	36		36
Самостоятельная работа студента (всего)	66		90
Форма аттестации	ЭКЗАМЕН	ЭКЗАМЕН	ЭКЗАМЕН

4.2. Содержание разделов дисциплины Семестр 3 (4 семестр для з/о)

Тема 1. Информационные агентства как развивающаяся подсистема медиакоммуникации

Структурная характеристика информационных агентств – специализированных информационных предприятий. Особенности информационных продуктов, создаваемых агентствами. Система информационных агентств России: общероссийские (универсальные, специализированные), региональные, сетевые. Информационное агентство ИТАР-ТАСС: подразделения, специфика работы, способы распространения информации. Работа информационного агентства ИНТЕРФАКС. Информационно-аналитическое агентство «Новости» – новостные ленты «Горячая линия» и др., «Вестники», журналы. Взаимодействие с другими СМИ («ТВ-новости», «РИА-радио» и др.). Ведущие специализированные агентства и их продукция.

Тема 2. Эволюционный характер системы медиакоммуникации

Процессы концентрации и монополизации в сфере массовых коммуникаций. Пути укрепления системы: большая целостность, наличие такой совокупности элементов, которые необходимы и достаточны, большая взаимозависимость

элементов системы, неременная обусловленность функционирования системы в целом. Функциональные особенности современного политического процесса и возможные роли СМИ: посредник, организатор и пропагандист, партнер власти, общественный контролер. Актуальные вопросы формирования политической культуры России и СМИ. Духовно-идеологические, политико-правовые, экономические, научно-технические факторы дальнейшего развития российских СМИ.

Тема 3. Медиакоммуникация в интернете

Интернет как электронное средство передачи информации. Общественные функции интернета. Появление СМИ в интернете конце XX века. Их развитие в XXI веке. Конвергенция СМИ в Интернете. Появление электронных библиотек. Кризис книгопечатания. Веб-сеть как источник массовой информации. Профессиональные журналистские сайты. Веб-сеть как средство связи с аудиторией и с коллегами. Массовая информация на страницах интернет. Типы сетевых ресурсов по их содержанию, назначению и целевой аудитории. Виды электронных средств массовой информации, их соотношение с традиционными СМИ и их отличия от других ресурсов интернета. Понятие «блог». Виды блогов по содержанию. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакоммуникации. Отличия блогера от журналиста.

Тема 4. Отечественные СМИ и интернет

Интернет как многофункциональная система. Профессиональные интересы журналистов и Интернет. Российский сектор аудитории интернета. Анализ информационного поведения аудитории, поисковые запросы. Российские СМИ в интернете. Электронные версии печатных изданий (вэб-страницы). Сетевые СМИ (Web-издания). Российские информационные агентства в WWW. Российское телевидение и радиовещание в WWW. Подсистема электронных служб новостей – процесс формирования, сложности, перспективы. Плюсы и минусы интернет-журналистики.

Тема 5. Медиаэкономика: основные параметры

Практика и теория медиабизнеса. Медиаменеджмент как новое направление теории медиа. Интегрированные маркетинговые коммуникации СМК. Понятие медиаэкономики. Понимание принципов организации и финансирования, экономических особенностей медиаиндустрии, экономического потенциала СМИ как один из универсальных критериев профессионализма в современной медиаиндустрии. Параметры отличия экономики СМИ от экономики других отраслей. Понятие «рынок СМИ». Специфика рынка СМИ. Принципы организации медиабизнеса. Экономическая природа СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономические особенности электронных СМИ. Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием.

Современные тенденции коммерциализации печатной и электронной прессы, концентрации медийной собственности. Развитие глобального информационного рынка. Медиакорпорации и глобализация информационной деятельности. Кризисные явления в международной журналистике. Рост общественной активности в информационной сфере.

Тема 6. Современные тенденции развития медиасиндустрии

Новые виды СМК и новые форматы медиакоммуникации. Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории. Информационная, регулятивная, культурологическая функции. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории. Активная аудитория как субъект медиасистемы. Структура процесса медиакоммуникаций. Модель Ласуэлла. Конвергенция и новые подходы к формированию теоретических концепций медиаиндустрии. Переход от средств массовой коммуникации к концепции средств массовой коллаборации. Типология угроз и коммуникационных барьеров медиасистемы. Технологии коммуницирования медиа: уровни, типы, виды, форматы.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Информационные агентства как развивающаяся подсистема медиакоммуникации	2		1
2	Эволюционный характер системы медиакоммуникации	2		1
3	Медиакоммуникация в интернете	2		2
4	Отечественные СМИ и интернет	4		1
5	Медиаэкономика: основные параметры	2		1
6	Современные тенденции развития медиасиндустрии	2		2
Итого:		14		8

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Информационные агентства как развивающаяся подсистема	4		2

	медиакommunikации			
2	Эволюционный характер системы медиакommunikации	4		1
3	Медиакommunikация в интернете	6		2
4	Отечественные СМИ и интернет	6		2
5	Медиаэкономика: основные параметры	4		1
6	Современные тенденции развития медиасиндустрии	4		2
Итого:		28		10

Домашнее задание студентов заочной формы обучения предполагает выполнение контрольной работы.

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Информационные агентства как развивающаяся подсистема медиакommunikации	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	12		14
2	Эволюционный характер системы медиакommunikации	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	10		14
3	Медиакommunikация в интернете	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	12		16
4	Отечественные СМИ и интернет	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	12		16
5	Медиаэкономика: основные параметры	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	10		14
6	Современные тенденции развития медиасиндустрии	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	10		16
Итого:			66		90

4.7. Курсовые работы/проекты: не предусмотрены.

4.8. Контрольные работы

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». 6. Жизненный цикл медиапродукта. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
3. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
4. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
5. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.
6. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
7. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и локализация.
8. Экономические особенности телевизионной индустрии.
9. Типы телевизионных каналов.
10. Телевизионное программирование.
11. Аналоговое и цифровое вещание.
12. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ

5. Образовательные технологии

Реализация дисциплины «Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии» осуществляется традиционными методами и средствами организации и проведения образовательного процесса и инновационными: проблемное обучение, диалоговые и другие активные формы обучения, личностно ориентированные и деятельностно-ценностные образовательные технологии, в том числе и информационно-коммуникационные технологии.

На практических занятиях студенты применяют теоретические знания в конкретных ситуациях, решают проблемные и творческие задачи, выступают с докладами, выполняют текущие и проектные работы.

Самостоятельная работа студентов предполагает предварительную подготовку, состоящую из планирования предстоящей работы, ознакомления с перечнем рекомендованной литературы, выполнения научных видов исследований, презентации результатов.

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 дифференцированного 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 (или) 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 преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- письменные домашние задания;
- подготовка докладов;
- вопросы для устного собеседования (опроса);
- выполнение творческих проектов;
- контрольные работы.

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 защиты творческого проекта (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 оценки в виде зачета.

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

Шкала оценивания	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	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
хорошо (4)	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.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие 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.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий	Не зачтено

	и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	
--	---	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:
а) основная литература:

1. Авраамов, Д. С. Профессиональная этика журналист; Учебное пособие / Д.С. Аврамов. – Москва : Московский университет, 1999.
2. Багиров, Э. Г. Основы телевизионной журналистики / Э.Г. Багиров, Р.А. Борецкий, А.Ю. Юровский. – Москва : МГУ, 1987.
3. Гуревич, С. М. Экономика средств массово информации / С.М. Гуревич. – Москва, 1999.
4. Муртазин, Э. В. Интернет: Учебник / Э.В. Муртазиню – Москва : ДМК, 1999.
5. Овсепян, Р. П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 – 1990-е гг.): Учебное пособие / Под ред. Я. Н. Засурского. – Москва : Московский университет, 1999.
6. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики. Учебное пособие / Е.П. Прохоров. – Москва : Московский университет, 2000.
7. Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов. / Под ред. Я.Н. Засурского. – Москва : Аспект Пресс, 2001.
8. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие / А.А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2000.
9. Ярошенко, В. Н. Информационные жанры радиожурналистики / В.Н. Ярошенко. – Москва, 1976

б) дополнительная литература:

1. Аналитические жанры газеты. Хрестоматия.– Москва : Издательство Московского университета, 1998.
2. Информационные жанры газетной публицистики. Хрестоматия / Под ред. В.Д. Пельта. – Москва : Московский университет, 1986.
3. Брус, Лаюис. Диктор телевидения / Лаюис Брус. – Москва, 1973.
4. Рабочая книга редактора районной газеты / Под. ред. Я.Н. Засурского. – Москва, 1981.
5. Публицистика русского зарубежья (1920-1995). Сборник статей. – Москва, 1999.
6. Тулупов, В.В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология / В.В. Тулупов. – Воронеж: ИНФА, 1996.

7. Шостак, М. И. Журналист и его произведение: Практическое пособие / М.И. Шостак. – Москва : Гендальф, 1998.
8. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов / Г.В. Лазутина. – Москва : Аспект Пресс, 2000.
9. Федотова, Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой информации / Л.Н. Федотова. – Москва : Институт социологии РАН, 2001.
10. Накорякова, К. М. Литературное редактирование материалов массовой информации / К.М. Накорякова. – Москва : Московский университет, 1994.
11. Гуревич, С. М. Работа с письмами в редакции / С.М. Гуревич. – Москва, 1991.
12. Фомичева, И.Д. Журналистика и социология / И.Д. Фомичева. – Москва, 1995.
13. Пресса в обществе (1959-2000). Оценки журналистов и социологов. Документы. – Москва : Московская школа политических исследований, 2000.
14. Черкасова, Т.А. Слово в эфире / Т.А. Черкасова. – Москва, 1999.
15. Основы радиожурналистики. – Москва : МГУ, 1984.
16. Телевизионная журналистика: Учебник. – Москва : МГУ, 1998.
17. Максимов, А. Видеокамера, видеосъемка, видеофильм / А. Максимов. – Рига, 1991.
18. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – Москва, 1996.
19. Назайкин, А. Н. Рекламная служба газета «Структура», принципы, функции / А.Н. Назайкин. – Москва, 1996.
20. Котлер Филипп. Основы маркетинга / Филипп Котлер. – Москва, 1990.

в) Интернет-ресурсы:

Российские электронные библиотеки. <http://www.elbib.ru>

Российская книжная палата. <http://www.bookchamber.ru/>.

Консультант Плюс. <http://www.consultant.ru/> свободный доступ.

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>

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

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Формирование издательских портфелей» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

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

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

