

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт экономики, математики и информационных технологий

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))

Кафедра национальной экономики

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА

решением Ученого Совета

Института ЭМИТ РАНХиГС

Протокол от «09» сентября 2020 г.

№ 1-20/21

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.05 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ**

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

38.04.01 Экономика

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Экономика медиаиндустрии»

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

магистр

(квалификация)

очная

(форма(ы) обучения)

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020

Автор(ы)–составитель(и):

к.э.н., доцент Шаронин П.Н.

(ученая степень и(или) ученое звание, должность)

Кафедра национальной экономики

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой

Национальной экономики

(наименование кафедры)

д.э.н., доцент Казарян М.А.

(ученая степень и(или) ученое звание)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	17
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	20
6.1. Основная литература.....	20
6.2. Дополнительная литература.....	20
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	21
6.4. Нормативные правовые документы.....	21
6.5. Интернет-ресурсы.....	22
6.6. Иные источники.....	22
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	22

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1.1. Дисциплина Б1.В.05 «Современные тенденции развития медиаиндустрии» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС III-6	Способен использовать современные маркетинговые инструменты для повышения эффективности деятельности медиа-компаний	ПКс ОС III-6.1	Способность использовать современные маркетинговые инструменты для повышения эффективности деятельности медиа-компаний

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПКс ОС III-6.1	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Знает основные экономические понятия и тенденции развития современного медиарынка; - Знает современные мировые медиасистемы, <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Умеет использовать экономические знания при изучении учебных дисциплин и в журналистской деятельности. - Умеет использовать различные каналы массовой коммуникации с учетом запросов аудитории и специфики их медиапотребления. <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Владеет способностью понимать специфические и общие тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии - Владеет способностью анализировать специфику контента и структуру различных медиаисточников

2. ОБЪЕМ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.05 «Современные тенденции развития медиаиндустрии» составляет 2 зачётных единицы – 72 ак. ч.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем для очной формы обучения, составляет 24 ак.ч.: лекционные занятия – 12 ак.ч., практические занятия – 12 ак. ч. Самостоятельная работа составляет 48 ак. ч.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.05 «Современные тенденции развития медиаиндустрии» относится к блоку дисциплин вариативной части учебного плана направления подготовки магистров 38.04.01 «Экономика» с направленностью подготовки «Экономика медиаиндустрии» и изучается в 1 семестре на 1 курсе – очной ф/о.

Дисциплина базируется на комплексе разносторонних знаний о функционировании СМИ, современной экономической конъюнктуры, микро и макроэкономике, полученных студентами в процессе изучения дисциплин общепрофессионального раздела базовой части ОПОП.

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для формирования у студентов представлений о современных трендах и тенденциях развития медиаиндустрии в целом и отдельных медиапроектов в частности, основанном на понимании особенностей медиапотребления, принципов функционирования медиаэкономики и медиапланирования, ценовой политикой медиаиндустрий, функционирования рыночной системы российских и европейских медиа в условиях медиаконвергенции, а также служит основой для подготовки к защите и защите выпускной квалификационной работы.

3. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, ак. час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Современные концепции развития медиаиндустрии	9	1		1		7	Опрос, групповое обсуждение
Тема 2	Ключевые характеристики современных российских и мировых медиасистем	11	2		2		7	Тест, групповое задание
Тема 3	Особенности современного медиапотребления	11	2		2		7	Опрос, индивидуальное задание
Тема 4	Медиаэкономика, медиконвергенция и новые медиа	11	2		2		7	Опрос, решение кейса, индивидуальное задание
Тема 5	Медиаконтент: виды, формы и	11	2		2		7	Опрос, решение кейса, индивидуальное

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, ак. час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации*	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
	особенности восприятия							задание
Тема 6	Модели монетизации в медиаиндустрии	11	2		2		7	Опрос, решение кейса, индивидуальное задание
Тема 7	Медиаэкономика в современном обществе.	8	1		1		6	Опрос, групповое обсуждение
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	12		12		48	

* *Примечание: формы текущего контроля успеваемости на семинарах и практических занятиях - опрос (О), тестирование (Т), дискуссия (Д), деловая игра (ДИ), практико-ориентированные задания (ПОЗ), эссе (Э).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Современные концепции развития медиаиндустрии

Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Концептуализация новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность. Концепция «интерактивного общества». Современная медиа-мифология. Теории игорреализации в СМИ. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов (время и интенсивность).

Тема 2. Ключевые характеристики современных российских и мировых медиасистем

Понятие медиасистемы. Нормативные теории медиа. Основные элементы медиасистемы. Подходы к изучению медиасистем. Медиафера как элемент ноосферы. Концепция медиаферы у Р. Дебрэ. Понятие медиарынка. Особенности медиарынков. Медиарынки в контексте теории отраслевых рынков. Основные направления изучения медиарынков. Советская модель организации СМИ, этапы трансформации, постсоветские сдвиги. Бизнес-модели российских СМИ. Не-«бизнес»-модели». Сдвоенный характер медиарынка: работа в B2B (business to business) и в B2C (business to client). Premium. СМИ как индустрия развлечений, агент экономики свободного времени. Крупнейшие мировые медиакомпании. Национальные медиасистемы стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия, Италия). Качественные и количественные характеристики СМИ.

Тема 3. Особенности современного медиапотребления

Изменение стратегий медиапотребления. Понятие «качество аудитории». UGC и потребитель как производитель контента. Проблемы медиаметрии. Разные типы «чтения» медиатекстов. Конкуренция за внимание аудитории 7 профессиональных медиа и других источников информации. Измерители аудитории. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ. Понятие нишевого СМИ, узкоспециализированной медиаплощадки. Специфика создания, развития, продвижения нишевого СМИ в современной медиа-реальности. Подходы к сегментации аудитории СМИ. Крайняя информационная усталость (информационный шум). Ограниченный ресурс внимания (когнитивный шум). Высокий «частотный шум» цифровой среды (технический шум). Фрагментация и персонификация. Футурология медиапотребления

Тема 4. Медиаэкономика, медиконвергенция и новые медиа

Интернет как фактор развития мультимедийной и конвергентной журналистики. Медиаконвергентность в контексте информационной глобализации. Понятие «конвергенция» и «мультимедиа». Принципы работы конвергентной редакции. Компетенции и навыки мультимедийного менеджера/продюсера. Медиаконвергентность и перспективы развития современных медиа. Визуализация информации как характеристика современной парадигмы мышления. Инфографика как способ упаковки информации. Инфографика в печати, на ТВ, в Интернет-СМИ. Типы и задачи инфографики.

Тема 5. Медиаконтент: виды, формы и особенности восприятия

Базовые характеристики исследования on-line аудитории. Аудитория как массовый рынок. Социальные сети и их аудитория. Контент социальных сетей. Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности. Медиатекст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. программное обеспечение, приобретение прав. Правки верстки “мультимедиа-текст”. Метаструктура материала. Визуализация данных. Статичная и динамичная инфографика. Интерактивные карты. Фото-, видеоматериал. Панорамная и 360 съемка. Timelines. Аудиофайлы и аудиоподкасты. Платформы для интерактивного сторителлинга. Конструкторы сайтов. Блоговая основа для лонгридов. Методы адаптации цифровых материалов под устройства современных потребителей. Критерии форматной адаптации материала. Глобальные и национальные практики в области создания мультимедийных историй в медиа.

Тема 6. Модели монетизации в медиаиндустрии

Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории. СМИ в социальных сетях. Новые и экспериментальные форматы. Изменения в экономике медиа. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на

информацию. Поколенческий сдвиг. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации. Стандартная рекламная модель и альтернативы. Paywall: ограничение доступа к платному контенту. Некоторые особенности законодательства и практики. Дистрибуция и промо медиапроектов.

Тема 7. Анализ медиааудитории

Концепция близости к аудитории. Субъект медиа-деятельности: аудитория. Принципы коллаборации с аудиторией. Действенность и эффективность медиатекстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности. Медиа-текст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики. Редакционные метрики. SMM-метрики. Межплатформенное вещание. Ядро аудитории мультимедийной истории. Персонализация информации для читателя. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории. Циклы потребления.

4. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.05 «Современные тенденции развития медиаиндустрии» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Современные концепции развития медиаиндустрии	Опрос, групповое обсуждение
Тема 2. Ключевые характеристики современных российских и мировых медиасистем	Тест, групповое задание
Тема 3. Особенности современного медиапотребления	Опрос, индивидуальное задание
Тема 4. Медиаэкономика, медиконвергенция и новые медиа	Опрос, решение кейса, индивидуальное задание
Тема 5. Медиа-контент: виды, формы и особенности восприятия	Опрос, решение кейса, индивидуальное задание
Тема 6. Модели монетизации в медиаиндустрии	Опрос, решение кейса, индивидуальное

	задание
Тема 7. Медиаэкономика в современном обществе	Опрос, групповое обсуждение

4.1.2. Зачет проводится методом устного опроса студента (диалога преподавателя со студентом), цель которого заключается в выявлении индивидуальных достижений студента по освоению основных положений дисциплины в объеме требований учебной программы.

Процедура проведения зачета предусматривает получение студентом билета (включающего в себя 2 вопроса), его подготовку в течение 20 минут, в процессе которой студент может составить конспект ответа на вопросы, содержащиеся в билете. После подготовки студент отвечает на вопросы, сформулированные в билете, а также по мере необходимости на дополнительные вопросы.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме 1. Современные концепции развития медиаиндустрии

Вопросы:

1. Информационное общество. Создание глобального информационного пространства.
2. Интернет как основа современной глобальной системы СМК. Взаимодействие и взаимовлияние с традиционными СМИ.
3. Концепция «интерактивного общества».
4. Ведущие тенденции развития современного медиaproстранства: глокализация, концентрация и диверсификация, специализация, сегментация, конвергенция, мультимедийность.
5. Постсоветские сдвиги: что изменилось, как менялось, СМИ России в мировом контексте.
6. Бизнес-модели медиабизнеса.
7. Массовые коммуникации в их встроенности в индустрию развлечений.

Типовые оценочные материалы по теме 2. Ключевые характеристики современных российских и мировых медиасистем

Тест:

1. Что из перечисленного не является элементом медиасистемы?
 - а) Редакция СМИ
 - б) Контент
 - в) Медиапредприятие
 - г) Деловые коммуникации
 - д) Техника и технологии СМИ
 - е) Аудитория
2. Что означает выражение «Информацию переживают, а не владеют ею»?

3. Что означает понятие «конвергенция СМИ»? Приведите примеры конвергентных редакций.

4. Каковы отношения современной журналистики и аудитории? Отметьте 2 правильных варианта ответа.

- а) Соратники
- б) Партнеры
- в) Учитель и ученик
- г) Антагонисты
- д) Конкуренты

5. Кому из перечисленных личностей принадлежит выражение «Кто владеет информацией, тот владеет миром»?

- а) Билл Гейтс
- б) Натан Ротшильд
- в) Руперт Мердок
- г) Петр I
- д) Сократ
- е) Рузвельт

6. Назовите профессию человека, который пишет специальные тексты по заказу клиента?

- а) Писатель
- б) Копирайтер
- в) Сценарист
- г) Журналист

7. Перечислите элементы современной медиасистемы

8. Дайте определение понятию «новые медиа»?

9. Перечислите, какие виды СМИ, как правило, входят в медиахолдинг.

10. Назовите основные характеристики современного российского медиарынка

Задание:

Показать знание и понимание изученных сущностных характеристик медиасистемы. Выбрать ту медиасистему, которая, на взгляд автора, наиболее отвечает запросам общества. Объяснить, каким образом возможна организация

обратной связи на медиапредприятиях. Объяснить, как в условиях оттока аудитории можно добиться ее лояльности.

Типовые оценочные материалы по теме 3. Особенности современного медиапотребления

Вопросы:

1. Изменение стратегий медиапотребления.
2. Ускорении процессов цифровизации.
3. Трансформация медиа и развлечений в цифровой формат
4. Типы контактов со СМИ: целенаправленный поиск и «серфинг» как самостоятельный способ проведения досуга
5. Мобилизационный потенциал групповых и массовых коммуникаций в социальных сетях как фактор горизонтальной мобильности
6. Могоканальность, или многоплатформенность.
7. Склонность потреблять несколько медиа одновременно. Конвергентный продукт как творческий вызов.
8. UGC и потребитель как производитель контента
9. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ.
10. Фрагментация и персонификация.
11. Футурология медиапотребления.

Задание:

- Охарактеризуйте понятие «новые медиа» с точки зрения новых способов передачи информации, новых видов контента и его трансляции. Назовите причины появления новых медиа.
- Проведите экспресс-анализ медиарынка на предмет создания нового СМИ (потребности аудитории, объем, контент, стратегии и т. д.). Смоделируйте медиаорганизацию, которая бы отвечала современным информационным требованиям, удовлетворяла бы интересы аудитории и была бы экономически целесообразной.

Типовые оценочные материалы по теме 4. Медиаэкономика, медиконвергенция и новые медиа

Вопросы:

1. Конвергенция СМИ как фактор преобразования медиасистемы.
2. Конвергенция как процесс слияния медийных носителей; конвергенция технологий и мультимедийность продукта. ключевые процессы медиабизнеса: производство контента, распространение контента, создание рекламы, взаимодействие с конечным потребителем.
3. Тенденции рынка печатных СМИ: факторы, тормозящие развитие, перспективы.
4. Тенденции рынка радио: факторы, тормозящие развитие, перспективы.

5. Современное телевидение: российские особенности и ближайшие тенденции.
6. Переход на цифровое телевидение: ожидания, сроки, состав мультиплекса.

Задание:

- Опишите процесс конвергенции СМИ, приведите пример конвергентной редакции. Каким образом в нем создается контент и доставляется аудитории.
- Охарактеризуйте современного медиатизированного человека. Какие черты его личности обусловлены состоянием медиасреды? Спрогнозируйте перспективное развитие такого феномена как социальные сети.
- Покажите на примере какого-либо «традиционного» вида медиа (печать, радио, телевидение) как менялось медиапланирование в контексте медиаконвергентных процессов. Сравните особенности медиапланирования в различных отраслях одного и того же медиа (например, газеты и журналы, платные и бесплатные издания, коммерческое радио и государственное, телевидение государственное (антенна) и кабельное и т.д.). Какие есть особенности в медиапланировании в различных отраслях в одном и том же медиа в зависимости от страны?

Типовые оценочные материалы по теме 5. Медиаконтент: виды, формы и особенности восприятия

Вопросы:

1. Особенности контента в современной системе масс-медиа.
2. Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности.
3. Понятия «трансмедийного сторителлинга» и мультиплатформенного проекта, создаваемого мультимедийной редакцией
4. Социальные сети и их аудитория. Контент социальных сетей.
5. Методы адаптации цифровых материалов под устройства современных потребителей.
6. Визуализация данных. Статичная и динамичная инфографика. Интерактивные карты. Фото-, видеоматериал. Панорамная и 360 съемка. Timelines. Аудиофайлы и аудиоподкасты
7. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики. Редакционные метрики. SMM-метрики.

Задание:

- Разработайте примеры по каждому направлению: Четыре зримых вектора развития бизнеса. 1) Продолжение существующей модели, когда разные СМИ борются за тот кусок времени, в который люди потребляют медиа. 2) Опора на user generated content. 3) «Зеленое» движение в медиапотреблении, когда люди соглашаются платить за СМИ больше, лишь бы они не содержали столь надоевшей рекламы, не зависели от спонсоров. 4) Подчинение потребительским брендам

фактически покупают СМИ.

Иные сценарии: 1) брендированный пре-селектор. СМИ выполняют традиционные задачи, 2) второй сценарий – каталог – медиа становятся своего рода базами данных, предоставляя активному и самостоятельному пользователю лишь адекватный инструмент навигации и поиска, 3) хит-эксплорер: производство большого количества контента, чтобы зарабатывать только на хитах для массового рынка, 4) контентная составляющая в качестве сопровождения сервисной 5) множество "авторских СМИ", не стремящихся на них зарабатывать.

Типовые оценочные материалы по теме 6. Модели монетизации в медиаиндустрии

Вопросы:

1. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории
2. Современные проблемы продвижения печатных СМИ на медиарынке.
3. СМИ на рынке свободного времени
4. Эволюция рыночной стратегии радиовещания в современной медиасистеме
5. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации.
6. Стандартная рекламная модель и альтернативы. Paywall: ограничение доступа к платному контенту. Donate.
7. Новые технологии сбора, распространения и хранения информации.
8. Проблемы финансирования и законодательного регулирования деятельности Интернета

Задание:

- Разработать конвергентную кросс-медийную стратегию по адаптации старого телешоу с максимально возможными способами монетизации

Типовые оценочные материалы по теме 7. Медиаэкономика в современном обществе

Вопросы:

1. СМИ и гражданское общество: конфликт интересов.
2. Роль современной медиасистемы в формировании политической повестки дня
3. Глобальные трансформации современной медиасистемы
4. Концепт медиа и информационной грамотности.
5. «Цифровая грамотность» Пола Гилстера (1997).

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС III-6	Способен использовать современные маркетинговые инструменты для повышения эффективности деятельности медиа-компаний	ПКс ОС III-6.1	Способность использовать современные маркетинговые инструменты для повышения эффективности деятельности медиа-компаний

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКс ОС III-6.1	Использует современные маркетинговые инструменты для повышения эффективности деятельности медиа-компаний	Уровень усвоения учебного материала, глубина понимания вопроса, правильность и полнота ответов, четкость и логичность изложения его на промежуточной аттестации, аргументированность выводов, умение тесно увязывать теорию с практикой

4.3.2 Типовые оценочные средства

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации:

1. Современный медиарынок. Понятие и основные характеристики.
2. Медиарынок: сочетание национальных особенностей и глобальных тенденций.
3. Глокальные новости. Методологический подход.
4. Трансформация медиасистемы в России. Роль государства.
5. Социальные сети. Влияние платформ.
6. Поисковые системы. Их развитие. Новостные агрегаторы.
7. От коллективных к индивидуальным медиа.
8. Проблемы и возможности развития традиционных СМИ в современной России.
9. Фейковые новости и проблемы медиаграмотности на современном этапе.
10. Общественные СМИ: основные принципы организации.
11. Изменения на рекламном рынке. Современные возможности медийной рекламы.
12. Глобальная аудитория СМИ и индивидуальные медиа. Проблемы и возможности, открывающиеся на информационном рынке.
13. Проблемы саморегулирования медиарынка России.
14. Состояние рынка печатных СМИ. Причины его падения.
15. Состояние телевизионного рынка. Принципиальные изменения в потреблении.
16. Конвергенция СМИ как фактор преобразования медиасистемы.
17. Медиасистема как часть сектора постиндустриальной экономики.
18. Журналистика 2.0. Реальность или дань моде?

19. Особенности контента в современной системе масс-медиа.
20. Новые редакционные технологии работы с аудиторией.
21. Глобальные трансформации современной медиасистемы.
22. СМИ на рынке свободного времени.
23. Общественное телевидение как часть российской медиасистемы будущего.
24. Эволюция рыночной стратегии радиовещания в современной медиасистеме.
25. Современные коммуникативные стратегии СМИ. Проблема выбора.
26. Роль современной медиаиндустрии в формировании политической повестки дня.

27. СМИ в Интернете: специфика, типология, перспективы развития
28. Медиаиндустрия как часть сектора постиндустриальной экономики.
29. Основные тенденции мировой медиаиндустрии.
30. Мобильные технологии как источник инноваций для СМИ.

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации (зачет)

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрировали низкую степень овладения программным материалом.
3	Удовл.	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
4	Хор.	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
5	Отл.	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.

		Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.
--	--	---

4.4. Методические материалы

Шкалы оценивания результатов текущего контроля

Шкала оценивания результатов устных ответов на семинарских занятиях

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Студент показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом
3	Удовл.	Студент показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы
4	Хор.	Студент показывает глубокие знания материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности
5	Отл.	Студент показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний.

Шкала оценивания результатов практических заданий на практических занятиях

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	
2	Неуд.	Студент неправильно решает практическую задачу, не делает выводов по ее результатам, не может объяснить технологию ее решения, показывает полное незнание теоретических аспектов, на дополнительные, уточняющие вопросы не отвечает.
3	Удовл.	Студент допускает несколько незначительных ошибок в решении практической задачи, делает неполные выводы по ее результатам либо недостаточно аргументирует свое решение; отвечает на вопрос о технологии ее решения, но при ответе допускает неточности, что требует дополнительных вопросов.
4	Хор.	Студент логично и правильно решает практическую задачу, делает грамотные выводы по ее результатам, отвечает на вопрос о технологии ее решения, достаточно аргументирует свое решение, но при ответе допускает погрешности.
5	Отл.	Студент логично и правильно решает практическую задачу, делает грамотные выводы по ее результатам, полно отвечает на вопрос о технологии ее решения, подробно аргументирует свое мнение со ссылками на норму закона, показывает хорошее знание теоретических аспектов.

Шкала оценивания результатов теста на практических занятиях

Обозначения		Формулировка требований к степени освоения дисциплины
Цифр.	Оценка	

2	Неуд.	Менее 50% правильных ответов
3	Удовл.	Более 50%, но не более 65% правильных ответов
4	Хор.	Более 65%, но не более 80% правильных ответов
5	Отл.	Более 80% правильных ответов

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины предполагает как аудиторную, так и самостоятельную работу студентов.

Аудиторная работа проводится в форме лекционных и практических занятий. Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя.

Самостоятельная работа является обязательным компонентом процесса подготовки бакалавров, она формирует самостоятельность, познавательную активность, вырабатывает практические навыки работы с научной литературой.

Общий объем аудиторной и самостоятельной работы определяется учебно-тематическим планом. Изучение дисциплины завершается экзаменом.

Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

5.1. Методические указания для обучающихся по подготовке к лекционным занятиям

Занятия лекционного вида дают систематизированные знания о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины.

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать материал, подготовленный преподавателем, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует в установленном порядке задать вопрос преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо также выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Самостоятельная подготовка обучающихся к занятиям лекционного вида включает в себя:

- доработку конспекта лекции, которую желательно осуществлять в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти. Необходимо прочитать записи, расшифровать сокращения, доработать схемы, рисунки, таблицы;
- повторение изученного на предыдущем занятии материала. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то следует обратиться к преподавателю на занятиях или по графику его индивидуальных консультаций.

5.2. Методические указания для обучающихся по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов и эссе, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

При подготовке к практическому занятию обучающемуся необходимо:

- до очередного практического занятия по конспекту лекций и рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующий теме занятия;
- в начале занятия задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- на практическом занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студентам, пропустившим практическое занятие, либо не подготовившимся к нему, рекомендуется не позже, чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме занятия.

5.3. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Основной целью самостоятельной работы студентов является улучшение профессиональной подготовки обучающихся, направленное на формирование действенной системы фундаментальных и профессиональных знаний, умений и навыков, которые они могли бы свободно и самостоятельно применять в практической деятельности.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине способствует более глубокому усвоению изучаемого курса и проводится в следующих видах:

- подготовка к занятиям в соответствии с заданиями на самостоятельную работу с использованием конспекта лекций, материалов практических занятий и приведенных ниже источников литературы;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, необходимо по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема. При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям.

В ходе самостоятельной работы студент может:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, вопросы тем, отдельные положения и т.д.);
- закрепить знания теоретического материала, используя необходимый инструментарий, практическим путем (решение практико-ориентированных задач, написание тестов для самопроверки);
- применить полученные знания и практические навыки для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к групповой дискуссии, участие в деловой игре, устный и письменный анализ конкретной ситуации);
- использовать полученные знания и умения для формирования собственной позиции, теории, модели (подготовка докладов, написание эссе).

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Упражнения, выполнение практико-ориентированных заданий.
5. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
6. Приобретение умений и навыков.
7. Составление вопросов по содержанию лекции.

5.4. Методические указания по подготовке обучающихся к зачету

Подготовка к зачету осуществляется студентом самостоятельно с использованием перечня вопросов к зачету, конспекта лекций по дисциплине и рекомендованных литературных источников.

В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только укрепляют полученные знания, но и получают новые.

Подготовка студента к зачету включает в себя два этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса.

Основным источником подготовки к зачету является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, ключевые его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники.

В ходе подготовки к зачету студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем.

6. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», ВКЛЮЧАЯ

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Основная литература

1. Алексеева, М.И. Средства массовой информации России [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова. — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 392 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69086

2. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. — О75 М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. — 400 с. — (Серия «Учебник нового поколения»).— URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/document?id=343645>

3. Иваницкий В.Л. Основы бизнес/моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 254 с. . — URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/document?id=343658>

4. Медиасистема России: Учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. И доп. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2021. — 424 с. — URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/document?id=373073>

6.2. Дополнительная литература

1. Аникина, М.Е. СМИ в меняющейся России: Коллективная монография [Электронный ресурс]: монография / М.Е. Аникина, М.В. Блинова, Е.Л. Вартанова [и др.]. — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 336 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68802.

2. Блинова, М.В. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.В. Блинова, Е.Л. Вартанова, А.В. Вырковский [и др.]. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 464 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68803.

3. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 418 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный. - URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/product/1018960>

4. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2019. — 480 с. — URL: <https://znanium-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/catalog/document?id=373074>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Учебные мультимедийные видеофильмы:

1. Mediascope — URL: <https://www.youtube.com/channel/UCJLDYPjmZ1skiFiuyKTh3tg>

2. GeniusMarketing — URL:
https://www.youtube.com/channel/UChLtQS6H5OeNu_nb3hDG6nw
3. Школа новых медиа — URL:
<https://www.youtube.com/channel/UCxywDsmf7yOO11lhvtLtsZQ>
4. Оксана Мороз — URL:
https://www.youtube.com/results?search_query=оксана+мороз
5. Оксана Силантьева — URL: <https://www.youtube.com/user/sila4media>
6. РИФ.Онлайн 2020: «Новая» дистрибуция: как поменялись медиа в условиях экономического кризиса — URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ErlsPN96Hkw>

6.4. Нормативные правовые документы

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2020) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021)
2. Федеральный закон "О лицензировании отдельных видов деятельности" от 04.05.2011 N 99-ФЗ (последняя редакция)
3. Постановление Правительства РФ от 16.10.2015 N 1107 "Об утверждении перечня документов, свидетельствующих о соблюдении учредителями (участниками) средств массовой информации, редакциями средств массовой информации, организациями (юридическими лицами), осуществляющими вещание, требований статьи 19.1 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации"
4. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция)
5. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
6. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция)

6.5. Интернет-ресурсы

1. <https://www.pwc.ru/publications/mediaindustriya-v-2020-2024.html> - Обзор PWC «Медиаиндустрия в 2020–2024 гг»
2. <https://fapmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2020.html> - Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
3. <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> - Deloitte Медиапотребление в России – 2020
4. <https://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2020-46499.html> - независимый проект брендингового агентства Depot WPF
5. <https://sila.media/> - Сила медиа
6. www.medialogia.ru - «Медialogия»
7. www.integrum.ru - Интегрум»
8. www.regnum.ru - «Регнум»

6.6. Иные источники

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала. – М.: ИД «Университетская книга», 2010. – 560 с.
2. Амзин А. и др. ак новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
3. Бриггз, Адам. Медиа. Введение [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с.
4. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с.
5. Евдокимов, В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с- (Высшее образование: Магистратура).
6. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 431 с.
7. W.Timothy Coombs, Jesper Falkheimer, Mats Heide and Philip Young Strategic Communication, Social Media and Democracy: The Challenge of the Digital Naturals Publisher: Routledge. London 2015. - Routledge – p. 206
8. James Curran and David Hesmondhalgh Media and Society – 6-th edition. – Bloomsbury academic. 2019 – p. 384

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

Для проведения занятий по дисциплине необходимо материально-техническое обеспечение учебных аудиторий (наглядными материалами, экраном, мультимедийным проектором с ноутбуками (ПК) для презентации учебного материала, выходом в сеть Интернет, программными продуктами Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint)) в зависимости от типа занятий: семинарского и лекционного типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для самостоятельной работы обучающимся необходим доступ в читальные залы библиотеки и/или помещение, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду организации и ЭБС.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и промежуточной аттестации.

Оборудование:

Рабочие места студентов: парты, стулья;

Рабочее место преподавателя: стол, стул;

Доска для рисования маркерами;

Мультимедийный проектор.

Учебная аудитория для проведения практических занятий.

Оборудование:

Рабочие места студентов: столы, стулья;

Рабочее место преподавателя: стол, стул;

Доска для рисования маркерами,

Доска интерактивная;

Мультимедийный проектор;

Персональные компьютеры: Core i7 / 8Gb / 2000Gb -15 шт.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Corporate 1909 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Microsoft Office 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Google Chrome 76.0.3809.100 (свободная лицензия);

Консультант (контракт с продавцом ЗАО «КонсультантПлюс» от 18.06.2009 № б/н).

Библиотека (абонемент, читальный и компьютерный залы)

Учебная аудитория для самостоятельной работы студента.

Оборудование:

Рабочие места студентов: столы, стулья; Персональные компьютеры.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Corporate 1909 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Microsoft Office 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Google Chrome 76.0.3809.100 (свободная лицензия);

Deductor Academic 5.3.0.88 (свободная лицензия);

Microsoft Project Professional 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19).

Project Expert 7 Tutorial (60 уч. мест, сеть) (контракт с продавцом SoftLine от 14.11.2013 №Tr060872);

Vmware Horizon Client 4.3.0.4209 (свободная лицензия);

CA AllFusion R7.2 (контракт с продавцом ООО «Интерфейс ПРОФ» от 27.10.2008 №227/07-08-ИОП, бессрочный);

Oracle VM VirtualBox 6.0.10 (свободная лицензия);

ArgoUML 0.34 (свободная лицензия);
ARIS Express 2.4d (свободная лицензия);
Stata/SE Educational Network Edition Renewal (Stata) (контракт с продавцом АО «СОФТЛАЙН ТРЕЙД» от 25.06.2019 №373100037619000000);
PostgreSQL Database 10.9-2 (свободная лицензия);
EViews Academic Base License+ Unlimited Lab License (Eviews) (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);
Weka 3.8.3 (свободная лицензия);
Консультант (контракт с продавцом ЗАО «КонсультантПлюс» от 18.06.2009 № б/н).

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.biblio-online.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека Elibrary.ru.
5. <https://new.znanium.com> Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znanium.com».
6. <https://dlib.eastview.com> – Информационный сервис «East View».
7. <https://www.jstor.org> - Jstor. Полные тексты научных журналов и книг зарубежных издательств.
8. <https://elibrary.worldbank.org> - Электронная библиотека Всемирного Банка.
9. <https://link.springer.com> - Полнотекстовые политематические базы академических журналов и книг издательства Springer.
10. <https://ebookcentral.proquest.com> - Ebook Central. Полные тексты книг зарубежных научных издательств.
11. <https://www.oxfordhandbooks.com> - Доступ к полным текстам справочников Handbooks издательства Oxford по предметным областям: экономика и финансы, право, бизнес и управление.
12. <https://journals.sagepub.com> - Полнотекстовая база научных журналов академического издательства Sage.
13. Справочно-правовая система «Консультант».
14. Электронный периодический справочник «Гарант».