

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02 ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ

Автор: к.э.н., доцент Шаронин П.Н.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.01 Экономика
Профиль «Экономика медиаиндустрии»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области проведения самостоятельного исследования в сфере массовой коммуникации: ДПК-3.1.

План курса:

Тема 1 Сущность и содержание основополагающих понятий курса: медиа, медиасистема, теория массовых коммуникаций, совокупность СМИ

Тема 2 Закономерности формирования и развития информационного рынка

Тема 3 СМИ в условиях перехода к информационному обществу

Тема 4 Экономическая история мировых СМИ

Тема 5 Классификация теорий медиа

Тема 6 История медианосителей и технологий медиа

Тема 7 Современные отечественные и зарубежные Медиа в условиях глобализации рыночной экономики

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-3	Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях	ДПК-3.1	Способность собирать и обобщать первичные статистические данные с целью прогнозирования направлений развития медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях

Результат формирования компетенции ДПК-3.1 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- знание основных этапов развития медиаиндустрии;
- понимание основных социальных, экономических и пр. предпосылок развития медиаиндустрии.

на уровне умений:

- умение интерпретировать влияние различных коммуникационных феноменов и их влияние на развитие медиаиндустрии;
 - умение анализировать тенденции развития медиапотребления, исходя из технологических предпосылок и анализа существующего информационного контента.
- на уровне навыков:
- владение инструментарием поиска, сбора и обработки информации для анализа предпосылок дальнейшего развития медиаиндустрии;
 - навыками проведения самостоятельного исследования в сфере массовой коммуникации

Основная литература:

1. 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>