

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 20.05.2026 18:29:28  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.01 Управление конкурентоспособностью в медиасреде**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**42.04.02 Журналистика**  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Бизнес-моделирование современных СМИ**  
(наименование образовательной программы)

**очная форма обучения**  
(форма обучения)

Года набора 2026

Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

*Ваганова Ирина Вениаминовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций*

**Заведующий кафедрой:**

*Ким Максим Николаевич, д.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-Западного института управления РАНХиГС

Протокол № 4 от «9» апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС(при наличии)*	Код компетенции	Наименование компетенции**	Код индикатора достижения компетенций**	Наименование индикатора достижения компетенций**	Образовательный результат**
	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1	Разрабатывает стратегию действий	УК-1.1 3-1 <b>Знает</b> как разрабатывать стратегию действий  УК-1.1 У-1 <b>Умеет</b> определять стратегические цели
	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Осуществлять общее управление проектами	УК-2.1. 3-1. <b>Знает</b> основные принципы и цели проектного управления УК-2.1. 3-2 <b>Знает</b> как осуществлять общее управление проектами  УК-2.1. У-1. <b>Умеет</b> использовать приемы управления проектами  УК-2.1. У-2 <b>Умеет</b> осуществлять общее управление

					проектами
F/01.7 Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации	ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1 3-1 <b>Знает</b> как оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений  ПК-4.1 У-1 <b>Умеет</b> оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений
08.037 Бизнес-аналитик. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 ноября 2023 г. № 821н					
A/03.7 Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ	ПК-6	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	ПК-6.1	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	ПК-6.1 3-1 <b>Знает</b> как учитывать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации  ПК-6.1 У-1 <b>Умеет</b> учитывать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации
11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации. Приказ Министерс					

тства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 533н					
--	--	--	--	--	--

*\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

## **2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. ч.

Лекции – 12 акад.ч.

Практические занятия – 16 акад.ч.

консультации – 2 акад.ч.

Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 ак.ч. Самостоятельная работа – 87 акад.ч., самостоятельная работа на подготовку к экзамену – 18 акад.ч.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Дисциплина Б1.В.01 Управление конкурентоспособностью в медиасреде относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается во 2 семестре

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, технологического и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности журналиста.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами, определяющими вектор дальнейшего профессионального развития.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

*Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Объем дисциплины, ак.час											Формат текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		ВСЕГО	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения					Период промежуточной аттестации (сессия)		СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Каттэк	К о н т р о л ь
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Конкурентоспособность как объект управления	28	4			4							22	устный опрос, доклад	
Тема 2	Конкурентные преимущества	26	2			4							22	устный опрос, доклад, практическое	

	предприятия в медиасреде												задание
Тема 3	Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде. Управление конкурентами	26	2			4						22	устный опрос, доклад, практическое задание
Тема 4	Эффективность конкурентной борьбы в медиасреде. Инновации и использование технологий	26	4			4						21	устный опрос, доклад, практическое задание
Промежуточная аттестация		4							9		18		Экзамен
<b>Итого</b>		<b>144</b>	12			<b>16</b>		2	9		18	<b>87</b>	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

\*Консультация входит в общий объем контактных часов дисциплины

## **3.2. Содержание дисциплины**

### ***Тема 1. Конкурентоспособность как объект управления УК-1.1***

Конкурентоспособность субъекта конкуренции и ее основные признаки. Основные составляющие конкурентной среды. Основные типы конкурентных стратегий. Анализ деятельности конкурентов. Сущность и соотношение понятий «рыночные факторы успеха», «ключевые компетенции», «конкурентные преимущества». Свойства конкурентных преимуществ предприятия.

### ***Тема 2. Конкурентные преимущества предприятия в медиасреде. УК-2.1***

Сущность и соотношение понятий «рыночные факторы успеха», «ключевые компетенции», «конкурентные преимущества». Свойства конкурентных преимуществ предприятия. Сферы формирования и реализации конкурентных преимуществ предприятия. Виды и источники формирования конкурентных преимуществ предприятия. Создание уникальных продуктов или контента, который выгодно отличает компанию от конкурента. Эксклюзивные передачи, оригинальный контент или инновационные форматы. Фокусирование (нишевые стратегии). Ориентация на узкие сегменты аудитории или конкретные виды контента.

### ***Тема 3. Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде. Управление конкурентами ПК-4.1***

Система конкурентных стратегий предприятия. Стратегии приобретения конкурентного преимущества (общие стратегии конкуренции) предприятия. Стратегии конкурентного поведения предприятия. Особенности конкурентных стратегий в медиасреде  
Быстрая адаптация к изменениям трендов, технологий и предпочтений аудитории.  
Использование цифровых платформ и социальных медиа для расширения охвата.  
Важность брендинга и репутации в условиях высокой конкуренции.

### ***Тема 4. Эффективность конкурентной борьбы в медиасреде. Инновации и использование технологий ПК-6.1***

Оценка внутреннего потенциала организации. Анализ конкурентоспособности и косвенных факторов внешней среды: политических, экономических, социально-демографических, технологических, экологических, правовых. Построение матрицы SWOT-анализа. Колесо возможностей и таблица

соответствия. Основные стратегии. Компенсаторы и усилители. Увеличение ресурсной базы. Активизация участия в различных инвестиционных проектах. Увеличение численности сотрудников, его "географическое" расширение (появление филиалов, доп. офисов, отделений). Увеличение стоимости бренда.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

- устный опрос
- доклад
- практико-ориентированные задания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

УО - устный опрос, Д- доклад, ПЗ - практическое задание.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательски-оценочный метод, разбор конкретных ситуаций.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек) приведены в п.6.2:

### Тема 1. Конкурентоспособность как объект управления. УК-1.1

#### *Вопросы для устного опроса*

1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность»
2. Какие основные показатели позволяют оценить конкурентоспособность организации?
3. Какие стратегические инструменты используются для повышения конкурентоспособности компании?
4. Как внутренние и внешние факторы влияют на конкурентоспособность предприятия?
5. Какие методы и модели управления позволяют поддерживать и развивать конкурентоспособность в условиях рыночной неопределенности?

***Темы докладов.***

1. Основные концепции и методики оценки конкурентоспособности организации.
2. Стратегии повышения конкурентоспособности в условиях глобализации.
3. Влияние инноваций и технологий на конкурентоспособность предприятий.
4. Роль корпоративной культуры и управления человеческими ресурсами в обеспечении конкурентных преимуществ.

**Тема 2. Конкурентные преимущества предприятия в медиасреде.  
УК-2.1**

***Вопросы для устного опроса***

1. Какие основные факторы формируют конкурентные преимущества предприятий в современном медиасредстве?
2. Как использование цифровых технологий и социальных медиа способствует повышению конкурентных преимуществ?
3. Какие стратегии позволяют предприятиям выделиться и закрепиться на рынке медиасредства?
4. Как измерить эффективность реализуемых в медиасреде конкурентных стратегий?

***Темы для докладов***

1. Стратегии развития конкурентных преимуществ в цифровой медиасреде.
2. Влияние контент-маркетинга на укрепление позиций предприятия в медиаиндустрии.
3. Инновационные подходы к управлению брендом и коммуникациям в медиасреде.
4. Современные теории достижения конкурентных преимуществ

***Практические задания по теме №2.***

*Практическое задание 1. Анализ кейсов успешных предприятий с конкурентными преимуществами в медиасреде.*

Выберите два реальных медиапредприятия: российское и зарубежное. Проанализируйте их деятельность с точки зрения конкурентноспособности, оцените результативность, эффективность и предложите рекомендации по повышению конкурентноспособности.

*Практическое задание и2. Проанализируйте деятельность трёх конкурентов в выбранной медианше, определить их стратегические преимущества и слабые стороны. Разработайте реальный план повышения конкурентноспособности этих медиапредприятий.*

### **Тема 3. Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде. Управление конкурентами. ПК-4.1**

#### ***Вопросы для устного опроса***

1. Какие основные типы конкурентных стратегий применимы в медиасреде и чем они отличаются?
2. Как анализ конкурентов помогает формировать эффективные стратегии в медиаиндустрии?
3. Какие инструменты и методы используются для управления конкурентами в условиях быстро меняющейся медиасреды?
4. Как адаптировать стратегию предприятия в медиасреде к действиям конкурентов и новым тенденциям рынка?

#### ***Темы для докладов:***

1. Обзор конкурентных стратегий в медиасреде: дифференциация, ценовая борьба, нишевое позиционирование.
2. Методы конкурентного анализа и их роль в разработке медиастратегий.
3. Управление конкурентами: подходы к мониторингу, предвидению и реагированию на их действия.
4. Адаптация стратегий предприятия в условиях высокой динамики медиаиндустрии и конкурентной борьбы.

#### ***Практические задания:***

1. Разработать стратегический план по управлению конкурентами для гипотетического медиа-проекта, учитывая текущие тенденции рынка.
2. Провести SWOT-анализ собственной компании с точки зрения конкуренции в медиасреде и предложить меры по усилению конкурентных преимуществ.

## **Тема 4. Эффективность конкурентной борьбы в медиасреде. Инновации и использование технологий. ПК-6.1**

Оценка внутреннего потенциала организации. Анализ конкурентоспособности и косвенных факторов внешней среды: политических, экономических, социально-демографических, технологических, экологических, правовых. Построение матрицы SWOT-анализа. Колесо возможностей и таблица соответствия. Основные стратегии. Компенсаторы и усилители. Увеличение ресурсной базы. Активизация участия в различных инвестиционных проектах. Увеличение численности сотрудников, его "географическое" расширение (появление филиалов, доп. офисов, отделений). Увеличение стоимости бренда.

### ***Вопросы для устного опроса***

1. Какие основные стратегии используют медиаорганизации для увеличения своей конкурентоспособности в условиях быстро меняющейся медиасреды?
2. Как инновационные технологии, такие как искусственный интеллект и большие данные, влияют на конкурентоспособность медиакомпаний?
3. Какие факторы определяют успех медиакомпаний в борьбе за аудиторию в цифровую эпоху?
4. Как можно измерить эффективность конкурентной борьбы в медиасреде с учетом внедрения новых технологий и инноваций?

### ***Темы для доклада***

1. Роль инноваций и технологий в формировании современной медиасреды – обзор ключевых технологических трендов и их влияние на конкуренцию.
2. Стратегии повышения конкурентоспособности медиаорганизаций через цифровые инновации – кейсы и практические примеры.
3. Влияние социальных медиа и пользовательского контента на конкурентную борьбу в медиасреде – новые возможности и вызовы.
4. Этические и правовые аспекты использования новых технологий в медиа для повышения их эффективности – вопросы приватности, авторских прав и регуляции.

### ***Практические задания***

1. Анализ конкурентов: выберите две медиа-компании, проанализировать их использование технологий и инноваций для повышения конкурентоспособности. Подготовьте сравнительный отчет с рекомендациями по улучшению--надо учесть, какие именно технологии они используют, как привлекают аудиторию, каким образом измеряют эффективность.

2. Разработайте инновационную стратегию: разработайте концепцию внедрения новой технологической инициативы для медиаорганизации (например, создание интерактивных платформ с использованием AR/VR, или применение анализа больших данных для персонализации контента). Представьте план реализации и ожидаемые результаты.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,4	40
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

**КТ – 1.**

***Тема 1-2***

Доклад

Тематика докладов:

1. Основные концепции и методики оценки конкурентоспособности организации.
2. Влияние инноваций и технологий на конкурентоспособность

предприятий.

3. Роль корпоративной культуры и управления человеческими ресурсами в обеспечении конкурентных преимуществ.

4. Стратегии развития конкурентных преимуществ в цифровой медиасреде.

5. Инновационные подходы к управлению брендом и коммуникациям в медиасреде.

6. Современные теории достижения конкурентных преимуществ

**КТ – 2.**

***Тема 3-4***

*Тестовые задания с инструкцией по выполнению:*

Инструкция по выполнению:

- Внимательно прочитать текст задания: в качестве правильного ответа может быть только один из предложенных вариантов.
- Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
- Выбрать один верный ответ.
- Записать только букву выбранного варианта ответа ( В ).

1. Какая из приведённых стратегий считается наиболее ориентированной на создание устойчивого конкурентного преимущества в медиасреде?

- A) Стратегия ценовой конкуренции без инноваций
- B) Дифференциация с предложением уникального контента или услуг
- C) Следовать за конкурентами и копировать их стратегии
- D) Отключение от новых технологий и рекомендаций рынка

2. Какая из следующих технологий наиболее значительно повышает эффективность конкурентной борьбы в медиаиндустрии?

- A) Традиционный телевещательный эфир без изменений
- B) Использование аналитики больших данных и персонализации контента
- C) Устаревшие методы распространения информации
- D) Ограничение доступа к интернет-ресурсам

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

*1. Критерии оценивания доклада:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и	0-25	Детальное, последовательное

раскрытие темы		описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-25	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-25	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Оригинальность текста и презентация	0-25	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора, Материал на слайдах точно отражает содержание устного доклада, информация изложена лаконично, с использованием иллюстративного материала.
Итого максимально:	100	

## 2. Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Тестирование	0-54	<i>Количество правильных ответов менее 55%</i>
	55-64	<i>Количество правильных ответов от 55% до 64%</i>
	65-84	<i>Количество правильных ответов от 65% до 84%</i>
	85-100	<i>Количество правильных ответов от 85% до 100%</i>
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий не требуется.

## 6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация – экзамен, проводится в устной форме. Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам билета.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование в СДО.

### 6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации *Перечень вопросов для подготовки к экзамену*

1. Конкурентоспособность субъекта конкуренции и ее основные

признаки

2. Основные составляющие конкурентной среды
3. Анализ деятельности конкурентов
4. Сущность и соотношение понятий «рыночные факторы успеха», «ключевые компетенции», «конкурентные преимущества»
5. Свойства конкурентных преимуществ
6. Сферы формирования и реализации конкурентных преимуществ предприятия
7. Виды и источники формирования конкурентных преимуществ предприятия
8. Система конкурентных стратегий предприятия
9. Стратегии приобретения конкурентного преимущества (общие стратегии конкуренции) предприятия
10. Стратегии конкурентного поведения предприятия
11. Факторы, определяющие уровень конкурентоспособности предприятия
12. Методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия
13. Системно-процессный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия
14. Основные методы повышения конкурентоспособности продукции
15. Что такое конкурентоспособность в медиасреде и как она измеряется.
16. Основные факторы влияния на конкурентоспособность медиаорганизации
17. Роль инноваций и технологий в повышении конкурентоспособности медиа.
18. Методы анализа конкурентов в медийной индустрии?
19. Индекс конкурентоспособности медиа и как он рассчитывается.
20. Изменение потребительских предпочтений и их влияние на конкурентоспособность медиа-компаний
21. Отличие традиционных стратегий конкуренции от цифровых стратегий.
22. Актуальные инновационные технологии для медиаорганизаций в современном мире
23. Риски, связанные с внедрением новых технологий в медиаотрасли.
24. Концепцию портфельного анализа в управлении конкурентоспособностью медиа.
25. Социальные медиа и пользовательский контент и их влияние на конкурентные позиции медиаорганизаций
26. Правовые и этические вопросы при использовании новых технологий в медиа
27. Стратегии медиа для увеличения своей аудитории в условиях высокой конкуренции

28. Роль брендинга и репутации в управлении конкурентоспособностью медиа

29. Использование больших данные для анализа и повышения конкурентоспособности медиа-компаний

30. Ключевые показатели эффективности для оценки успеха стратегии повышения конкурентоспособности в медиасреде

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа	Что из ниже перечисленного является ключевым фактором повышения конкурентоспособности медиакомпаний? А) Увеличение рекламных расходов без изменения стратегии В) Инновационные технологии и персонализация контента С) Снижение качества продукции для экономии D) Ограничение доступа к платформам для повышения эксклюзивности
Задание закрытого типа на установление соответствия	Соотнесите стратегии с их описанием:	Диверсификация контента Использование больших данных Инвестиции в качественный оригинальный контент Многоканальная распространительная стратегия а) Расширение аудитории за счет различных платформ и форматов б) Анализ предпочтений аудитории для адаптации контента с) Производство уникальных, запоминающихся программ и проектов d) Распределение контента через интернет, ТВ, соцсети и т.п.
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.	Какие из перечисленных факторов способствуют повышению конкурентоспособности медиа в цифровой среде? (выберите все подходящие) А) Использование аналитики больших данных

нескольких вариантов предложенных	<p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа</p>	<p>В) Однородность контента без адаптации под аудиторию</p> <p>С) Внедрение интерактивных технологий (AR, VR)</p> <p>Д) Игнорирование обратной связи пользователей</p>
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности</p>	<p>Поставьте в правильном порядке этапы внедрения нового технологического решения в медиакомпаниях:</p> <p>А) Обучение персонала</p> <p>В) Тестирование и пилотный запуск</p> <p>С) Анализ потребностей аудитории и планирование проекта</p> <p>Д) Массовое внедрение и запуск продукта</p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Какой из следующего подходов наиболее эффективно помогает удержать аудиторию в современных условиях?</p> <p>А) Увеличение рекламного бюджета без изменения контента</p> <p>В) Персонализация контента на основе анализа данных</p> <p>С) Повышение стоимости подписки без улучшения сервиса</p> <p>Д) Ограничение доступа к платформам для избранных</p> <p>Обоснование: персонализация позволяет лучше удовлетворить интересы аудитории, повысить вовлеченность и увеличить лояльность</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p>	<p>1. Расскажите о внедрении технологий больших данных и AR/VR, которые позволяют создавать интерактивный контент, увеличивая вовлеченность аудитории.</p> <p>2. Расскажите, как газета NewYorkTimes внедряет VR-репортажи и почему это ей помогает конкурировать с новыми медиа.</p>

	4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	
--	--	--

### 6.3. Критерии и шкала оценивания

#### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения тестовых заданий открытого типа студенту разрешается использование Гражданского кодекса РФ, Уголовного кодекса РФ, Уголовно-процессуального кодекса РФ, Гражданско-процессуального кодекса РФ, Налогового кодекса РФ, ФЗ «О СМИ».

## **7. Методические материалы по освоению дисциплины**

конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают информацию по дисциплине, помогающую студенту сориентироваться в массе информации для самостоятельного более глубокого освоения темы.

Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения дисциплины. Умение студента сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения является непременным условием их глубокого и прочного усвоения общекультурных и профессиональных компетенций, на которые нацелена дисциплина.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Это должно быть сделано самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: "важно", "особенно важно", "хорошо запомнить" и т.п. или подчеркивать красной ручкой. Целесообразно разработать собственную символику, сокращения слов, что позволит сконцентрировать внимание студента на важных сведениях.

Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, смартфон и т.п.).

Для удобства восприятия теоретического материала каждая лекция сопровождается электронной презентацией.

Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. Именно такая серьезная работа на лекциях и с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями и сформировать профессиональные компетенции.

При проработке лекционного материала следует иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые положения и идеи дисциплины, комплексное формирование необходимых компетенций происходит в ходе практических занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Практические занятия. Для успешного усвоения дисциплины обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом семинарского занятия.
2. Изучить соответствующие вопросы в конспекте лекций и раздаточном материале.
3. Подготовиться к обсуждению вопросов для дискуссии.
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время (подготовка рефератов, докладов и др.).

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. На семинарских занятиях по дисциплине могут использоваться следующие формы работы обучающихся:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме семинарского занятия;
- выполнение практических заданий в подгруппах
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивания и обсуждение докладов;
- выполнение тестовых заданий;

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3 минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Практические задания по дисциплине выполняются студентом самостоятельно и представляются преподавателю в письменном или устном виде. При выполнении задания необходимо повторить материал лекционных и практических занятий, использовать материалы учебной литературы и ресурсы информационно-коммуникативной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Самостоятельная работа. Целью самостоятельной работы студента является овладение знаниями, опытом творческой, исследовательской деятельности, профессиональными умениями и навыками в сфере управления рекламой и связями с общественностью. Самостоятельная работа

студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня, содействует оптимальному усвоению студентами учебного материала, развитию их познавательной активности, готовности и потребности в саморазвитии.

Формы самостоятельной работы студентов:

- самостоятельное изучение материала (работа с основной и дополнительной литературой по теме);
- знакомство с первоисточниками;
- ознакомление с нормативными документами;
- прохождение тестирования по изученным темам;
- подготовка к выступлению на семинаре, конференции;
- решение ситуационных производственных (профессиональных) задач и кейсов.

Зачет с оценкой может проходить в форме устного опроса по списку вопросов и выполнения одного практического задания.

Отсутствие у магистранта технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета с оценкой могут быть перенесены по заявлению магистранта на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности. За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия магистрант должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа магистрант должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки магистра. Магистрант должен следовать рекомендациям преподавателя. В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны магистра, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету с оценкой. В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Работа со списком литературы. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией,

способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### ***8.1. Основная литература***

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566389>
2. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг: учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560653>

### ***8.2. Дополнительная литература***

1. Заздравных, А. В. Экономика отраслевых рынков: учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15225-8. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для бакалавров / Под ред. В.В. Трофимова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2013. — 542 с.
2. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79818.html>.
3. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Царев

В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. – Москва: ЮНИТИДАНА, 2017. – 799 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/81526.html>.

### ***8.3. Нормативно правовые документы***

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. - 2014. - № 31. - ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1998. - № 31. - ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 5. - ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016, с изм. от 17.11.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 1 (ч. 1). - ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. - № 25. - ст. 2954.
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. - № 7. - ст. 300.
7. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3448.
8. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 12. - ст. 1232.
9. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О связи» // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 28. - ст. 2895.
10. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 32. - ст. 3283.
11. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3451.

12. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 29. - ст. 2950.

13. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 21. - ст. 1930.

14. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 24. - ст. 2253.

15. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 23. - ст. 2277.

16. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 5. - ст. 375.

17. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // Собрание законодательства РФ. – 1994. - № 35. - ст. 3648.

18. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 11. - ст. 1146.

19. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 30. - ст. 3031.

20. Федеральный закон от 04.04.2005 № 32-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об Общественной палате Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2005. - № 15. - ст. 1277.

21. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. - ст. 3802.

22. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 26 (часть I). - ст. 3378.

23. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) // Российская газета. - 2000. - № 187.

24. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753). Доступ к URL:<http://base.garant.ru/182535/>

25. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.

26. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 18 (часть II). - ст. 2159.

#### 8.4 Интернет-ресурсы

##### 8.5

1. Высшая школа маркетинга и развития бизнеса [Электронный ресурс]: офиц. сайт.– Режим доступа <http://marketing.hse.ru/>

2. Рекламные идеи: журнал о творческом брендинге [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <http://www.advi.ru/>

3. Социальная сеть профессиональных контактов НП «Гильдия маркетологов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>.

4. Электронная библиотека издательского дома «Гребенников» [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://grebennikon.ru>.

5. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: офиц. сайт.– Режим доступа: <http://marketing.hse.ru/>

6. Институт государства и права Российской Академии Наук – [www.igpen.shpl.ru](http://www.igpen.shpl.ru)

7. Научная библиотека МГУ им. М.В.Ломоносова – [www.nbmgu.ru](http://www.nbmgu.ru)

8. Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета - [www.lib.ru](http://www.lib.ru)

9. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>

10. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>

11. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>

12. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>

13. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>

14. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>

15. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>;  
Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwara.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео-конференций, онлайн-энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами (в том числе для проведения занятий лабораторного типа).
3.	Технические средства обучения: Многофункциональный мультимедийный комплекс в лекционной аудитории; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов.
4.	Персональные компьютеры с доступом к электронному каталогу, полнотекстовым базам, подписным ресурсам и базам данных научной библиотеки СЗИУ РАНХиГС.
5.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.