

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

Кафедра журналистики и медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа»

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

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакommunikации»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

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

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор–составитель:

Д.филол.н., профессор кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Глущенко О.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	10
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	13
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	14
7.1. Основная литература.....	14
7.2. Дополнительная литература.....	14
7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	14
7.4. Нормативные документы.....	15
7.5. Интернет-ресурсы.....	15
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

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

1.1. Дисциплина Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	Способен применять основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методы и инструменты эффективного менеджмента, основы экспертного анализа и методы оценки рисков, основы бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемые для телевизионного и радиовещания, принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм
		ПК-6.2	Способен выполнять функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений

			для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009/В Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	владение знаниями по технологиям бизнес моделирования в медиасфере
		умение эффективного применения менеджмента, экспертного анализа и методов оценки рисков, бюджетирования и медиапроизводства
	ПК-6.2	владение навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий;
		знание основных принципов анализа информации из различных источников, определения степени ее достоверности
		умение разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ;
		владение навыками использования современные ИКТ для анализа информации из различных источников;

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часов, семестр - 7.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астр. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа с преподавателем	74/55,5
Лекции	24/18
Практические занятия	48/36
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	34/25,5
Контроль	36/27

Формы текущего контроля	Устный опрос, дискуссия, проектное задание
Консультация	2/1,5
Вид промежуточного контроля	Экзамен, 7 семестр

Место дисциплины.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Продюсирование медиапроектов», «Технологии создания он-лайн-медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Объект, предмет, цели и задачи курса	12	3		5		4	УО
Тема 2	Медиабизнес в России и за рубежом: основные тренды развития.	12	3		5		4	УО, Д*
Тема 3	Моделирование СМИ	12	3		5		4	УО
Тема 4	Менеджмент в медиабизнесе	12	3		5		4	УО
Тема 5	Оценка эффективности медиапродукта.	12	3		5		4	УО, Д, Пр*
Тема 6	Эффективный медиапроект	12	3		5		4	УО, Д*
Тема 7	Медиапредприятия в условиях конвергенции и мультимедийности	12	2		6		4	УО, Д, Пр*
Тема 8	Методы и методики бизнес-	11	2		6		3	УО, Д*

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости **,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
	моделирования							
Тема 9	Индустрия региональных СМИ в условиях современной экономики.	11	2		6		3	УО, Д, Пр*
Контроль		36						
Промежуточная аттестация								экзамен
Консультация		2						
Всего (академ.час./астроном.час.):		144	24		48		34	

УО – устный опрос

Д – дискуссия,

Пр – проектное задание.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса

Объект, предмет, цели, задачи, структура, проблематика, система преподавания курса. Место и роль курса в формировании профессиональной культуры специалистов отрасли массмедиа России.

Тема 2. Медиабизнес в России и за рубежом: основные тренды развития.

Трансформация экономики развитых стран в условиях современного прогресса информационных и коммуникационных технологий. Глобализация информационной и коммуникационной индустрии как важнейший фактор современного развития.

Конвергенция технологий, индустрий и СМИ.

Создание транснациональных корпораций, действующих в перекрещивающихся индустриях СМИ и телекоммуникационного сектора экономики. Развитие технологий как стимул появления новых рынков. Изменение микроэкономики средств массовой информации под воздействием технологического прогресса. Концентрация как доминирующая тенденция развития СМИ. Типы концентрации, их воздействие на медиаэкономику. Концентрация в условиях растущей конвергенции рынков и систем СМИ.

Тема 3. Моделирование СМИ

Понятие моделирования. Основные методики, нотации бизнес-моделирования. Моделирование как метод познания, как инструмент. Особенности проектов масс-медиа и особенности их моделирования. Этапы моделирования проекта. Рабочая среда, ее значение для проекта. Понятие ключевой бизнес-концепции масс-медиа. Первичный бизнес-план проекта, его значение для создания проекта и последующего управления им. Программы тактического и стратегического бизнес-моделирования. Программы ERP, возможность их использования в проектах масс-медиа.

Тема 4. Менеджмент в медиабизнесе

Общие положения и понятия теории управления. Процесс принятия решений; средства управления.

Управление предприятиями индустрии СМИ в странах с рыночной экономикой. Анализ информационного, интеллектуального и рекламного рынков: схемы анализа рыночной структуры, целей компании, сущности спроса. Планирование деятельности компаний СМИ: стратегическое, промежуточное, краткосрочное. Процесс внедрения новых технологий в управленческую деятельность в медиакомпаниях. Влияние политической макросреды на медиаменеджмент. Принципы и виды экономической политики государства в отдельных индустриях СМИ. Основные различия экономической политики государства в странах с развитой рыночной экономикой (США, Канаде, Западной Европе, Японии, Австралии).

Тема 5. Оценка эффективности медиапродукта.

«5Р» маркетинг-микса. Формула аудитории. Место медиапродукта на рынке массмедиа России. Поиск ниши и позиционирования. Распространение и продвижение медиапродукта. Основные факторы PEST-анализа и специфика проведения. SWOT-анализ как метод стратегического планирования.

Тема 6. Эффективный медиапроект

Подробный анализ действующих медиапроектов - по одному проекту на каждый вид СМИ: ТВ-программа, телеканал, радио, газета, журнал, интернет-проект, мобильное приложение и т.п.

Анализ каждого медиапроекта проводится по следующим компонентам: цель медиапроекта, исследование рыночного поля, целевая аудитория, этапы (результаты) воплощения, анализ рисков и пути их преодоления, бюджет, проектная команда, ограничения проекта

Тема 7. Медиапредприятия в условиях конвергенции и мультимедийности

Журналистика и конвергенция. Современные цифровые медиаплатформы. Мультимедийный контент в современных СМИ. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете. Контент СМИ для мобильных устройств. Работа журналиста в социальных сетях. Профессиональная и гражданская журналистика

Тема 8. Методы и методики бизнес-моделирования.

Основные понятия и термины бизнес-моделирования. Основные методы и методики бизнес-моделирования. Базовая бизнес-концепция СМИ и основные стратегии ее воплощения. Соотношение экономических и неэкономических факторов при создании СМИ. Применение бизнес-моделирования на российском и региональном медиарынках. Проблемы бизнес-моделирования СМИ.

Тема 9. Индустрия региональных СМИ в условиях современной экономики.

Главные тенденции развития современной индустрии СМИ. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе. Основные инструменты получения доходов и методы ведения бизнеса в региональных СМИ.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, защита проектов, дискуссия.

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

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы для устного опроса

1. Трансформация экономики развитых стран в условиях современного прогресса информационных и коммуникационных технологий.
2. Глобализация информационной и коммуникационной индустрии как важнейший фактор современного развития.
3. Конвергенция технологий, индустрий и СМИ.
4. Основные методики, нотации бизнес-моделирования.
5. Моделирование как метод познания, как инструмент.
6. Особенности проектов масс-медиа и особенности их моделирования.
7. Этапы моделирования проекта.
8. Управление предприятиями индустрии СМИ в странах с рыночной экономикой.
9. Анализ информационного, интеллектуального и рекламного рынков: схемы анализа рыночной структуры, целей компании, сущности спроса.
10. Планирование деятельности компаний СМИ: стратегическое, промежуточное, краткосрочное.
11. «5Р» маркетинг-микса.
12. Формула аудитории.
13. Место медиапродукта на рынке массмедиа России.
14. Поиск ниши и позиционирования.
15. Подробный анализ действующих медиапроектов - по одному проекту на каждый вид СМИ.
16. Журналистика и конвергенция.
17. Современные цифровые медиаплатформы.
18. Мультимедийный контент в современных СМИ.
19. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете.
20. Контент СМИ для мобильных устройств.
21. Основные понятия и термины бизнес-моделирования.
22. Основные методы и методики бизнес-моделирования.
23. Базовая бизнес-концепция СМИ и основные стратегии ее воплощения.
24. Главные тенденции развития современной индустрии СМИ.
25. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе.

Типовые вопросы для дискуссий

1. Бизнес-модели в медиаиндустрии.
2. История организационных структур в СМИ и СМК.
3. Понятие медиакомпаний. Типология медиакомпаний.
4. Проблемы объективности региональных рейтингов.
5. Составление медиаплана: процедуры и риски.
6. Внедрение бизнес-моделирования в СМИ.
7. Основные методы и приемы медиамониторинга..
8. Этапы моделирования деятельности организации.
9. Основные методики (нотации), используемые при моделировании бизнес-процессов в организации.
10. Основные типы бизнес-стратегий в условиях российской отрасли массмедиа.

Типовые задания для проектных заданий

- Задание 1. Разработать концепцию проекта бизнес-плана. Представить бизнес модель тренинга: разработка концепции малого бизнеса в сфере медиа
- Задание 2. Сформировать обоснование и описание проекта бизнес-плана. Представить бизнес модель тренинга: как разработать бизнес-план?
- Задание 3. Сформировать обоснование и описание бизнес модель тренинга: Формирование бизнес-модели с учетом региональной специфики.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением метода устного опроса по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

Таблица 5

Компонент компетенции	Показатель/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-6.1: Владеет основными положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современными техническими средствами и технологиями для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента, основами экспертного анализа и методами оценки рисков, основами бюджетирования и	способен осуществлять процедуры создания медийных продуктов	Студент самостоятельно размещает заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов

медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческого-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм		
ПК-6.2: Выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений	способен осуществлять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта	Студент умеет разрабатывать оптимальный план подготовки и реализации продукта, производственный график создания продукта

Перечень вопросов к экзамену

1. Общие положения и понятия теории управления. Процесс принятия решений; средства управления.
2. Управление предприятиями индустрии СМИ в странах с рыночной экономикой.
3. Анализ информационного, интеллектуального и рекламного рынков: схемы анализа рыночной структуры, целей компании, сущности спроса.
4. Планирование деятельности компаний СМИ: стратегическое, промежуточное, краткосрочное.
5. Процесс внедрения новых технологий в управленческую деятельность в медиакомпаниях.
6. Влияние политической макросреды на медиаменеджмент.
7. Принципы и виды экономической политики государства в отдельных индустриях СМИ.
8. «5Р» маркетинг-микса.
9. Формула аудитории.
10. Место медиапродукта на рынке массмедиа России.
11. Поиск ниши и позиционирования.

12. Распространение и продвижение медиапродукта.
13. Основные факторы PEST-анализа и специфика проведения.
14. SWOT-анализ как метод стратегического планирования
15. Журналистика и конвергенция.
16. Современные цифровые медиаплатформы.
17. Мультимедийный контент в современных СМИ.
18. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете.
19. Контент СМИ для мобильных устройств.
20. Работа журналиста в социальных сетях.
21. Профессиональная и гражданская журналистика.
22. Виды бизнес-моделей в медиасфере.
23. Бизнес-планирование.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	A
86-95	отлично	B
71-85	хорошо	C
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	E

Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов

Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 0,25 балла, максимум 1 балл за доклад. Допускается не более одного доклада в семестр, десяти докладов в год (всего до 10 баллов)
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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-х 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.

Защита проектов. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят проекты бизнес-моделей. По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

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

7.1. Основная литература

1. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. — М.: Форум, 2019. — 144 с.
2. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 436 с.
3. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2020. — 274 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — М.: Инфра-М, 2018. — 176 с.
2. Немети Л. Стратегии выхода из бизнеса: планирование выхода, опционы, увеличение стоимости бизнеса, управление сделками для владельцев бизнеса / Л. Немети. — М.: Инфотропик Медиа, 2018. — 272 с.
3. Орлова Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. — М.: Омега-Л, 2017. — 168 с.

7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.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.

7.4. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

7.5. Интернет-ресурсы

1. <http://journalist-virt.ru> - сетевая версия журнала «Журналист».
2. <http://tv-digest.ru> - “ТВ-Дайджест”- российское сетевое издание о телевидении.
3. <http://www.kino-teatr.ru/> - «Кинотеатр.ру» - российский портал, посвященный театральной, кино- и медиакритике.
4. <https://tvkinoradio.ru/> - информационный портал для работников сферы кино, радио и телевидения.
5. <http://mediatoolbox.ru/> - ресурс, публикующий медиакритические материалы о сетевой журналистике.
6. <http://newreporter.org/> - «Новый репортер» - портал о новых медиа для профессионалов
7. <http://mediast.ancia.com/> - «Медиастанция» - ресурс о медиабизнесе для профессионалов.
8. <https://themediacenter.ru/> - «Media and Journalism» - реферативный сборник зарубежного и российского опыта в медиаотрасли, созданный журналистом и медиаконсультантом Александром Амзиным.
9. <https://te-st.ru/> - «Теплица социальных технологий» - образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между журналистами и IT-специалистами.
10. <https://www.gazeta.ru/tech/online-smi/> - спецпроект Gazeta.ru «Новые медиа» о тенденциях в развитии сетевой журналистики.
11. <http://lgz.ru/tv/> - рубрика «Телеведение» в «Литературной газете».
12. <http://www.tv-digest.ru/> - “МедиаРевю” - первый российский сайт общественного медиамониторинга и медиакритики.
16. <http://www.sreda-mag.ru> “Среда” - российско-европейский журнал о медиа (электронная версия).
13. <http://www.tv-kritik.ru/forum/forumdisplay.php?f=18> - форум телезрителей «Телекритик.ру».
14. <http://mediakritika.by/> - тематический белорусский ресурс на русском языке, посвященный медиакритике.

15. <http://projectcensored.org/> - американский проект, посвященный медиакритике и медиаграмотности.
16. <http://www.mediachannel.org/> - американский ресурс, посвященный профессиональной и массовой медиакритике.
17. <http://www.mrc.org> - «Центр медиаисследований» - американский ресурс, посвященный медиаграмотности
18. <https://www.cjr.org> - Columbia Journalism Review - американский профессиональный журнал, выпускаемый Высшей школой журналистики Колумбийского университета

8. 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).

Таблица 9

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.