



## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра китаеведения**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета иностранных языков

О.В. Кузнецова

«12» февраля 2024 г.

### **Рабочая программа дисциплины (модуля)**

**Б1.О.04 Публицистическая деятельность и медиаменеджмент в зарубежном  
регионоведении**

Направление подготовки: 41.04.01 Зарубежное регионоведение

Направленность (профиль) подготовки: «Комплексные исследования стран  
Азиатско-Тихоокеанского региона»

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: очная

Согласовано с УМК ИФИЯМ  
Протокол №6 от «12» февраля 2024 г.  
Председатель:

О.Л. Михалёва

Рекомендовано кафедрой:  
Протокол № 4 от «1» февраля 2024 г.  
Зав. кафедрой китаеведения

Е.В. Кремнёв

Иркутск 2024 г.

## I. Цели и задачи дисциплины (модуля):

**Цели** освоения дисциплины соотносятся с общими целями основной образовательной программы и заключаются в подготовке высококвалифицированного магистра, способного к решению профессиональных задач в области зарубежного регионоведения, созданию новых направлений в своей профессии, а также подготовке к профессиональной деятельности магистров в области предоставления научно-исследовательских и педагогических услуг организациям и частным лицам с использованием в процессе своей профессиональной деятельности иностранного языка посредством изучения публицистической деятельности и медиаменеджмента в зарубежном регионоведении.

**Задачи** дисциплины соотносятся с общими целями основной образовательной программы и заключаются в следующем:

- ознакомить студентов с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;
- научить студентов свободно оперировать экономическими категориями, разбираться в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;
- развить у студентов навыки экономического мышления, способность к анализу коммерческой деятельности СМИ, определению уровня их рентабельности.

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) относится к обязательной части программы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

«Теория и практика межкультурной коммуникации».

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

«Управление социальными процессами в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»

«Процессы модернизации и трансформации в Азиатско-Тихоокеанском регионе».

**Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами**

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин (вписываются разработчиком)								
1.	«Управление социальными процессами в странах Азиатско-Тихоокеанского региона»	3								
2.	«Процессы модернизации и трансформации в Азиатско-Тихоокеанском регионе»	4								

## III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),  
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения различных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран (ОПК-1)	Выстраивает коммуникацию в мультикультурной среде на основе применения различных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран (ИДК ОПК-1.1)	<b>Знать:</b> специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран. <b>Уметь:</b> выстраивать коммуникацию в мультикультурной среде. <b>Владеть:</b> навыками применения различных коммуникативных технологий.
	Выстраивает профессиональную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранных языках в сфере регионоведения и этнологии стран АТР (ИДК ОПК-1.2)	<b>Знать:</b> принципы профессиональной коммуникации. <b>Уметь:</b> выстраивать профессиональную коммуникацию в сфере регионоведения и этнологии стран АТР. <b>Владеть:</b> иностранными языками стран АТР.
Способен выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в СМИ на основе базовых принципов медиаменеджмента (ОПК-5)	Использует в работе базовые принципы медиаменеджмента (ИДК ОПК-5.1)	<b>Знать:</b> понятие медиаменеджмента. <b>Уметь:</b> использовать принципы медиаменеджмента. <b>Владеть:</b> навыками медиаменеджмента.
	Выстраивает стратегию по продвижению в СМИ публикаций в сфере взаимодействия со странами АТР (ИДК ОПК-5.2)	<b>Знать:</b> стратегии по продвижению в СМИ. <b>Уметь:</b> выстраивать стратегии по работе со СМИ <b>Владеть:</b> навыками составления публикаций в сфере взаимодействия со странами АТР.

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч.,

Форма промежуточной аттестации: зачет

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов**

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися					
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
1	Специфика рынка СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Информационный рынок: структура, условия функционирования в сфере зарубежного регионоведения. Правовые и экономические предпосылки информационного бизнеса в сфере зарубежного регионоведения	2	2	2	-	4	Контрольная работа	
2	Проблемы собственности и имиджа в информационном бизнесе в сфере зарубежного регионоведения	2	2	2	-	4	Контрольная работа	
3	Роль редакционного менеджмента в укреплении связей редакции и её аудитории с его аудиторией в сфере зарубежного регионоведения	2	2	2	-	4	Контрольная работа	
4	Экономические особенности печатных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Экономические особенности электронных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ в	2	2	2	-	4	Контрольная работа	

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
	сфере зарубежного регионоведения						
5	Цели редакции: производственные и экономические. Методы достижения целей. Служба маркетинга СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка в сфере зарубежного регионоведения	2	4	4	-	4	Контрольная работа
6	Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров в сфере зарубежного регионоведения	2	4	4	-	2	Контрольная работа
7	Стратегии развития медиапредприятий. Бизнес-планирование редакции в сфере зарубежного регионоведения	2	4	4	-	2	Контрольная работа
<b>Итого часов</b>			<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>24</b>	<b>Зачет</b>

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Специфика рынка СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Информационный рынок: структура, условия функционирования в сфере зарубежного регионоведения. Правовые и экономические предпосылки информационного бизнеса в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	4	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
2	Проблемы собственности и имиджа в информационном бизнесе в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	4	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
3	Роль редакционного менеджмента в укреплении связей редакции и её издания с его аудиторией в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	4	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
4	Экономические особенности печатных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Экономические особенности электронных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	4	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
5	Цели редакции: производственные и экономические. Методы достижения целей. Служба маркетинга СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	4	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
6	Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	2	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
7	Стратегии развития медиапредприятий. Бизнес-планирование редакции в сфере зарубежного регионоведения	Работа над учебным материалом, включая выполнение домашних заданий, подготовка к семинарам, лекциям	В соответствии со сроками, отведенными РПД дисциплины на освоение раздела	2	Контрольная работа	См. раздел «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				<b>24</b>	<b>Зачет</b>	
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>24</b>	-	-

### 4.3 Содержание учебного материала

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
	2	3	4	5	6
1	1	Специфика рынка СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Информационный рынок: структура, условия функционирования в сфере зарубежного регионоведения. Правовые и экономические предпосылки информационного бизнеса в сфере зарубежного регионоведения	2	Контрольная работа	ОПК-1,5
2	2	Проблемы собственности и имиджа в информационном бизнесе в сфере зарубежного регионоведения	2	Контрольная работа	ОПК-1,5
3	3	Роль редакционного менеджмента в укреплении связей редакции и её издания с его аудиторией в сфере зарубежного регионоведения	2	Контрольная работа	ОПК-1,5
4	4	Экономические особенности печатных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Экономические особенности электронных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ в сфере зарубежного регионоведения	2	Контрольная работа	ОПК-1,5
5	5	Цели редакции: производственные и экономические. Методы достижения целей. Служба маркетинга СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка в сфере зарубежного регионоведения	4	Контрольная работа	ОПК-1,5
6	6	Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров в сфере зарубежного регионоведения	4	Контрольная работа	ОПК-1,5
7	7	Стратегии развития медиапредприятий. Бизнес-планирование редакции в сфере зарубежного регионоведения	4	Контрольная работа	ОПК-1,5

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема*	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
-------	-------	---------	-------------------------	-----

1	<p>Специфика рынка СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Информационный рынок: структура, условия функционирования в сфере зарубежного регионоведения. Правовые и экономические предпосылки информационного бизнеса в сфере зарубежного регионоведения</p>	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2
2	<p>Проблемы собственности и имиджа в информационном бизнесе в сфере зарубежного регионоведения</p>	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2
3	<p>Роль редакционного менеджмента в укреплении связей редакции и её издания с его аудиторией в сфере зарубежного регионоведения</p>	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2
4	<p>Экономические особенности печатных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Экономические особенности электронных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ в сфере зарубежного регионоведения</p>	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2
5	<p>Цели редакции: производственные и экономические. Методы достижения целей. Служба маркетинга СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка в сфере зарубежного регионоведения</p>	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2
6	<p>Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции</p>	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2

	медиаменеджеров в сфере зарубежного регионоведения			
7	Стратегии развития медиапредприятий. Бизнес-планирование редакции в сфере зарубежного регионоведения	Работа с литературой и иными источниками	ОПК-1,5	ИДК ОПК-1.1,2, 5.1,2

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Согласно новой образовательной парадигме независимо от профиля подготовки характера работы любой начинающий специалист должен обладать такими общекультурными и профессиональными компетенциями, включающими фундаментальные знания, профессиональные умения и навыки деятельности своего профиля, опыта творческой и исследовательской деятельности по решению новых проблем, опытом социально-оценочной деятельности. Две последние составляющие образования формируются именно в процессе самостоятельной работы студентов. Никакие знания, не подкрепленные самостоятельной деятельностью, не могут стать подлинным достоянием человека. Кроме того, самостоятельная работа имеет воспитательное значение: она формирует самостоятельность не только как совокупность компетенций, но и как черту характера, играющую существенную роль в структуре личности современного специалиста высшей квалификации.

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, одна из организационных форм обучения, протекающая вне непосредственного контакта с преподавателем (дома, в лаборатории ТСО) или управляемая преподавателем опосредованно через предназначенные для этой цели учебные материалы.

Самостоятельная работа представляет собой овладение компетенциями, включающими научные знания, практические умения и навыки во всех формах организации обучения, как под руководством преподавателя, так и без него. При этом необходимо целенаправленное управление самостоятельной деятельностью учеников посредством формулировки темы-проблемы, ее расшифровки через план или схему, указания основных и дополнительных источников, вопросов и заданий для самоконтроля осваиваемых знаний, заданий для развития необходимых компетенций, сроков консультации и форм контроля.

В настоящих методических рекомендациях мы попытались обозначить основные вопросы, касающиеся организации СРС в вузах как для преподавателей, так и для студентов.

#### ПАМЯТКА ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ

Этапы работы		Контролируй себя!	Напоминай себе!
1. Приступая к выполнению задания		1. Определи, какие задания нужно выполнить. 2. Обдумай, как лучше, быстрее и продуктивнее это сделать (план в уме).	1. Смотри записи о домашнем задании. 2. Достань необходимые учебники, наведи порядок на рабочем месте. 3. Установи последовательность выполнения заданий. 4. Раздели время на каждый предмет.
2. Выполняя домашнее задание	В начале	1. Справляюсь, что задано, что нужно сделать. Вспомню содержание	1. Уясни требования задания. 2. вспомни пояснения преподавателя

		жание материала из объяснения преподавателя.	давателя к выполнению задания.
	В ходе	1. Проверяю себя: то ли я делаю, что требуется? 2. Так ли я действую, как надо? 3. Уложусь ли я в отведенное время?	1. Не отвлекайся! 2. Следи за своими действиями! 3. Умей уложиться во время!
	В конце	1. Устанавливаю, что еще не выполнено. 2. Даю оценку результату своей работы. 3. Учитываю, сколько сэкономлено времени.	1. Проверь себя: все ли выполнено? 2. Верно ли выполнено?
3. Завершая работу		1. Контролирую полноту и качество выполнения задания. 2. Что можно дополнительно сделать? 3. Планирую свой ответ на занятии. 4. Определяю: что следует уточнить у преподавателя, у товарища.	1. Проверить глубину своих знаний. 2. Если нужно, дорабатывай, устрани пробелы. 3. Оцени свои успехи и учти ошибки на будущее.

#### 4.4. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые по дисциплине не предусмотрены.

### V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### а) основная литература:

1. Булатова С. Н. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / С. Н. Булатова ; рец.: А. Н. Чумиков, Л. Л. Антонова, А. В. Петров ; Иркутский гос. ун-т, Фак. филолог. и журн. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. – 130 с. – ISBN 978-5-9624-1129-3. Экз. всего: 19 (ч/з ул А645060, нф А645744, истфил 35239(8), истфил 35239(9)).
2. Булатова, С. Н. Современная медиакультура [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, А. В. Петров, В. А. Рыжкович ; рец.: В. П. Хархун, И. А. Кребель ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Издво ИГУ, 2014. - 168 с. ISBN 978-5-9624-1092-9; всего 9 : нф (2), истфил (7)
3. Гордин А. И. Социально-педагогические качественные полевые исследования : учеб.- метод. пособие / А. И. Гордин ; рец.: М. Я. Рожанский, И. В. Федосова ; Вост.-Сиб. гос. акад. образования. – Иркутск : Изд-во ВСГАО, 2012. – 222 с. – ISBN 978-5-91344-456-1. Экз. всего: 13 (нф А635160, нф А644415, ПИ анул № 1 556723, истфил 34921(1), ПИ анул № 1 У13514(3), ПИ анул № 1 У13514(5), ПИ рф (труды) У13514(1)).
4. Шинкарева А. П. Корпоративные СМИ (от истоков к перспективам): учеб. пособие / А. П. Шинкарева ; рец.: А. В. Гимельштейн, Е. М. Хохлаков ; Иркутский гос. ун-т, Фак. филолог. и журн. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. – 245 с. – ISBN 978-5-9624-1208-5. Экз. всего: 31 (ч/з ул А645692, нф А645693, истфил 35222(29)).

**б) дополнительная литература:**

Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ : учеб. пособие / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 296 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 292. - Предм. указ.: с. 293-296. - ISBN 978-5-7567-0545-4; : всего 17 : нф (1), истфил (16)

**в) периодические издания:**

Журнал «Проблемы Дальнего Востока»

Журнал «Россия в глобальной политике»

Газета «Жэньминь жибао»

**г) список авторских методических разработок:**

1. Кремнев, Е. В. Социально-политическая система КНР [Текст] : учеб. пособие / Е. В. Кремнев, Ван Ланьцзюй. - Иркутск : ИГЛУ, 2014. - 208 с. + 1 эл. опт. диск. (21 экз.)

**д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

ООО «Издательство Лань». Информационное письмо от 13.09.2013 г. Адрес доступа: <http://e.lanbook.com/> Срок действия: бессрочный.

ООО «Библиотех» Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: бессрочный.

УИС РОССИЯ. Письмо от директора НБ ИГУ № 26/06 от 19. 12.2006 г. (доступ предоставляется по обращению Руководителя организации). Адрес доступа: <http://uisrussia.msu.ru/> Срок действия – без ограничений.

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование:**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 20 рабочих мест, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: мобильный комплекс: демонстрационное оборудование (ноутбук Lenovo) и учебно-наглядные пособия (карта), проектор SANYO PLCX478 (1 шт.), экран Classic Solution (1 шт.), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 20 рабочих мест, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: мобильный комплекс: демонстрационное оборудование (ноутбук Lenovo) и учебно-наглядные пособия (карта), проектор SANYO PLCX478 (1 шт.), экран Classic Solution (1 шт.), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Помещение для организации самостоятельной работы: аудитория укомплектована специализированной (учебной) мебелью на 20 рабочих мест с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, оборудована техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: монитор Samsung E 1920 NR, системный блок IN-WIN (12 шт.), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие

рабочей программе дисциплины.

## 6.2. Программное обеспечение:

1. **Drupal 7.5.4.** Условия правообладателя (Лицензия GPL-2.0 - ware free). Условия использования по ссылке: [https://www.drupal.org/project/terms\\_of\\_use](https://www.drupal.org/project/terms_of_use). Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
2. **Moodle 3.5.1.** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
3. **Google Chrome 54.0.2840.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Google\\_Chrome/](https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/) Срок действия: бессрочно.
4. **Mozilla Firefox 50.0.**Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
5. **Opera 41.** Браузер –Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
6. **PDF24Creator 8.0.2.** Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. –Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: [https://en.pdf24.org/pdf/lizenz\\_en\\_de.pdf](https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf) . Срок действия: бессрочно.
7. **VLC Player 2.2.4.** Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия правообладателя (ware free). – Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.
8. **BigBlueButton.** Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.
9. **Sumatra PDF.** свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для платформы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL 3-ware free). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_PDF](https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF). Срок действия: бессрочно.
10. **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL - ware free). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Media\\_Player\\_Classic](https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic). Срок действия: бессрочно.
11. **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.
12. **Speech analyzer.** Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www-01.sil.org/computing/sa/index.htm>. Срок действия: бессрочно.
13. **Audacity.** Программа анализа звучащей речи. Условия правообладателя (Лицензия - GNU GPL v2). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Audacity>. Срок действия правообладателя: бессрочно.
14. **Inkscape.** свободно распространяемый векторный графический редактор, удобен для создания как художественных, так и технических иллюстраций. Условия правообладателя: Лицензия -GNU GPL 2 (ware free). Условия использования по ссылке: <https://inkscape.org/ru/download/>. Срок действия: бессрочно.
15. **Skype 7.30.0.** Бесплатное проприетарное программное обеспечение с закрытым кодом, обеспечивающее текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между

компьютерами, опционально используя технологии пиринговых сетей. Условия правообладателя (Лицензия Adware) - Условия использования по ссылке: <https://www.skype.com/ru/about/>. Срок действия: бессрочно.

16. **Adobe Acrobat Reader.** Бесплатный мировой стандарт, который используется для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF. Условия правообладателя: Условия использования по ссылке: <https://get.adobe.com/ru/reader/otherversions/>. Срок действия: бессрочно.

### **6.3. Технические и электронные средства:**

Технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов включают презентации, фрагменты фильмов, комплекты плакатов, наглядных пособий, контролирующих программ и демонстрационных установок.

## **VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в рамках курса активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках курса предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Использование интерактивной модели обучения предусматривают моделирование жизненных ситуаций, использование ролевых игр, совместное решение проблем. Исключается доминирование какого-либо участника учебного процесса или какой-либо идеи. Создается среда образовательного общения, которая характеризуется открытостью, взаимодействием участников, равенством их аргументов, накоплением совместного знания. Из объекта воздействия студент становится субъектом взаимодействия, он сам активно участвует в процессе обучения, следуя своим индивидуальным маршрутом. Преподаватель мотивирует обучающихся к самостоятельному поиску информации. Задачей преподавателя становится создание условий для инициативы студентов. Преподаватель отказывается от роли фильтра, пропускающего через себя учебную информацию, и выполняет функцию помощника в работе, одного из источников информации.

Учебный процесс, опирающийся на использование интерактивных методов обучения, организуется с учетом включенности в процесс познания всех студентов группы, каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, в ходе работы идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности, обязательна обратная связь, возможность взаимной оценки и контроля.

К методам интерактивного обучения относятся те, которые способствуют вовлечению в активный процесс получения и переработки знаний. Интерактивные методы пробуждают у обучающихся интерес, поощряют активное участие каждого в учебном процессе, обращаются к чувствам каждого обучающегося, способствуют эффективному усвоению учебного материала, оказывают многоплановое воздействие на обучающихся, осуществляют обратную связь (ответная реакция аудитории), формируют у обучающихся мнения и отношения, формируют жизненные навыки, способствуют изменению поведения.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Специфика рынка СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Информационный рынок: структура, условия функционирования в сфере зарубежного регионоведения. Правовые и экономические предпосылки информационного бизнеса в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	преподавание темы на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей (обязательная форма интерактивного обучения)	4
2	Проблемы собственности и имиджа в информационном бизнесе в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	групповая дискуссия	4
3	Роль редакционного менеджмента в укреплении связей редакции и её издания с его аудиторией в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	ролевая игра	4
4	Экономические особенности печатных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Экономические особенности электронных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	тренинг	4
5	Цели редакции: производственные и экономические. Методы достижения целей. Служба маркетинга СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	анализ ситуаций	8
6	Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	имитационная модель	8
7	Стратегии развития медиапредприятий. Бизнес-планирование редакции в сфере зарубежного регионоведения	Лекция, практическое занятие	интерактивная лекция	8
<b>Итого часов</b>				<b>40</b>

## VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### Оценочные средства (ОС):

11.1. Оценочные средства для входного контроля.

**Демонстрационный вариант контрольной работы для входного контроля:**

1. Назовите основные подходы к изучению актуальных проблем СМИ на современном этапе.
2. Охарактеризуйте состояние теории и методологии публицистического дела на современном этапе.
3. Назовите и охарактеризуйте основные методы исследования медиаменеджмента.

#### 11.2. Оценочные средства текущего контроля:

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Контрольная работа	Темы 1-7	ОПК-1,5

#### **Демонстрационный вариант контрольной работы №1**

Подчеркните верный вариант продолжения данного высказывания: 1. Возникновение и развитие средств массовой информации регулируется ..... а. спросом и предложениями б. финансовым положением государства в. наличием заинтересованной аудитории г. техническими ресурсами региона 2. Во многом определяет финансовую политику редакций и компаний СМИ, регулирует цены на журналистскую информацию... а. взаимоотношения с конкурентами б. закон стоимости. в. наличие профессиональных кадров г. политическая расстановка сил в регионе 3. Развитие информационного рынка, отношения на нем между производителями товара и его потребителями регулируются и а. культурой потребления информации б. тиражом СМИ в. закономерностями воспроизводительного потребления г. расстановкой политических сил в регионе 4. Медиарынок делится на две части: ... а. аудитория и экономические ресурсы региона б. ресурсный и пространство, где продукция СМИ превращается в товар в. сантиметры г. статистические показатели 5. Существует несколько источников капиталов финансового рынка: ... а. сбор пожертвований б. рэкет в. инвестиции г. дотации д. спонсорство е. кредит ё. шантаж 6. Рынок рабочей силы в СМИ состоит из : ... а. гастробайтеров б. рабкоров в. творческих работников г. технических работников 7. Рынок, на котором представлены издательства и иные учреждения и предприятия, осуществляющие материально-техническое обеспечение производства продукции СМИ называется ... а. техническим б. издательским в. информацией и идей г. распространителей 8. Этот рынок занимает положение между рынком продавцов и рынком покупателей. Он играет важную роль в процессе обмена между производителями-продавцами журналистской информации и ее покупателями-потребителями, поэтому и называется ... а. рынком распространителей б. рынком информации и идей в. рынком издательским г. рынком техническим 9. Массовый потенциальный потребитель информации, потребности которого удовлетворяет СМИ, называется ... а. целевым рынком покупателей б. рынком посредников в. рынком конкурентов г. рынком спонсоров 10. Для него характерно состояние постоянного дефицита информации. Спрос здесь всегда превышает предложение. Этот рынок характеризуется с поиском разнообразных новых подходов к подготовке и выпуску СМИ, его распространению и привлечению рекламы. Такой рынок называется - ... а. федеральным б. региональным в. потребительским г. информации и идей

11.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена или зачета).

#### **Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену**

1. Актуализация проблемы междисциплинарных исследований функционирования СМИ и СМК в период становления информационного общества в сфере зарубежного

регионоведения.

2. СМИ как объект исследования в сфере зарубежного регионоведения.
3. СМИ и медиа - различия терминов в сфере зарубежного регионоведения.
4. Медиаисследования и исследования СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Медиа, культурные продукты и СМИ как объекты исследования в сфере зарубежного регионоведения.
5. СМИ и информационно-коммуникационные технологии в сфере зарубежного регионоведения.
6. Информация и коммуникация в сфере зарубежного регионоведения.
7. Компоненты СМИ как предмет исследования в сфере зарубежного регионоведения.
8. Эмпирико-функционалистский подход к исследованию СМИ в сфере зарубежного регионоведения.
9. Критическая теория в сфере зарубежного регионоведения.
10. Структурная лингвистика в сфере зарубежного регионоведения.
11. Коммуникативистика: теоретические концепции и методы в сфере зарубежного регионоведения.
12. Культурологические подходы к анализу СМИ в сфере зарубежного регионоведения.
13. Медиаметрия в сфере зарубежного регионоведения.
14. Основные методы анализа теорий СМИ в сфере зарубежного регионоведения.
15. Концептуальные приемы научных исследований СМИ в сфере зарубежного регионоведения.
16. Анализ материалов СМИ в сфере зарубежного регионоведения.
17. Техника проведения научных исследований (основные приемы) в сфере зарубежного регионоведения.
18. Основные научные течения и школы исследования СМИ в сфере зарубежного регионоведения.
19. Ведущие «западные» и отечественные исследователи СМИ и СМК: методологические подходы и новаторство в сфере зарубежного регионоведения.
20. Методика исследования новых сфер функционирования массовой информации (специализированных, тематических СМИ, сетевых СМИ, блогосферы) в сфере зарубежного регионоведения.
21. Описание, типология и классификация новых или модернизированных, в том числе конвергентных СМИ в сфере зарубежного регионоведения. Опыт зарубежных и отечественных исследований в сфере зарубежного регионоведения.

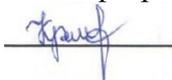
**Разработчик:** Кремнёв Е.В.



Программа рассмотрена на заседании кафедры китаеведения.

Протокол № 4 от «1» февраля 2024 г.

Зав. кафедрой китаеведения



Е.В. Кремнёв

*Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*





### Лист изменений, внесенных в рабочую программу

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов		
			замененных	новых	аннулированных
2021–2022	№ 1 от 31.08.2021  зав. кафедрой Е.В. Кремнёв	1. В п. 8 в внесены изменения, связанные с ежегодным обновлением программного обеспечения (см. сайт <a href="http://www.isu.ru">www.isu.ru</a> )	-	-	-
2022–2023	№ 6 от 02.03.2022  зав. кафедрой Е.В. Кремнёв	-	-	-	-