

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 29.06.2026 22:32:42

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины
Журналистика и медиарынок**

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) программы бакалавриата

42.03.02.01 Конвергентная журналистика

Для набора 2026 года

Квалификация

Бакалавр

КАФЕДРА Журналистика**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс	5		Итого	
	уп	рп		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	159	159	159	159
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

Программу составил(и): к.соц.н., доцент, Зуева Е.А.

Зав. кафедрой: д. филол.н., профессор Е.Н. Клеменова

Методический совет: к.искусств.н., доцент Н.М. Усенко

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	помочь обучающемуся в выработке навыков практической деятельности в области экономической журналистики.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3. способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики

ПК-6. способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основные этапы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики (соотнесено с индикатором ПК-3.1).

основы продвижения журналистского текста и (или) продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации (соотнесено с индикатором ПК-6.1).

Уметь:

предлагать творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики (соотнесено с индикатором ПК-3.2).

использовать различные каналы коммуникации для продвижения журналистского текста и (или) продукта (соотнесено с индикатором ПК-6.2).

Владеть:

навыками решения поставленных задач при работе с индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики (соотнесено с индикатором ПК-3.3).

методами и инструментами продвижения журналистского текста и (или) продукта с помощью различных каналов коммуникации (соотнесено с индикатором ПК-6.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Журналистика и экономический фактор

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Роль экономического фактора в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Средства массовой информации и информационный рынок. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Экономические цели редакции.	Лекционные занятия	5	2	ПК-3 ПК-6
1.2	Правовые и экономические формы организации медиабизнеса. Правовые предпосылки основания периодического издания. Отношения учредителя, издателя, редакции, владельца имущества. Экономические предпосылки. Проблемы собственности в медиабизнесе. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.	Лекционные занятия	5	2	ПК-3 ПК-6
1.3	Финансовая политика редакции. Финансовая база издания. Уставной фонд, основные и оборотные средства. Бюджет и баланс издания. Расходная часть бюджета. Доходная часть бюджета. Тиражная, рекламная, ценовая политика редакции. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль, возможности ее использования. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства. Бизнес-план как продолжение бюджета редакции. Финансовое планирование в редакции. Основная структура финансовых планов. Разделы бизнесплана. Смета расходов.	Практические занятия	5	2	ПК-3 ПК-6
1.4	Средства массовой информации и рынок. СМИ как отрасль современной экономики. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов. Концентрация в индустрии СМИ.	Практические занятия	5	2	ПК-3 ПК-6
1.5	Анализ медиасегментов регионального информационного рынка. Изучение субъектов рынка СМИ Ростовской области. Типологические сегменты регионального медиарынка (печать, радио, телевидение, интернет). Информационные ниши. Медиаизмерение аудитории. Маркетинговые стратегии и прогнозирование.	Самостоятельная работа	5	15	ПК-3 ПК-6

Раздел 2. Основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Основы редакционно-издательского маркетинга. Особенности маркетинга, его цели, задачи и направления. Изучение рынка периодических изданий. Анализ спроса. Определение цены. Позиционирование в сегменте рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинговая служба редакции. «Торговая марка», «бренд» и их продвижение на рынок. Маркетинговые коммуникации на медиарынке. Инновации. Методы маркетинга. Особенности маркетинга электронных СМИ.	Лекционные занятия	5	2	ПК-3 ПК-6
2.2	Основы редакционного менеджмента. Функции менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы деятельности телерадиокомпании и информационного агентства. Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе. Стили управления. Менеджмент и периодическое издание. Стратегии антикризисного управления. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.	Самостоятельная работа	5	15	ПК-3 ПК-6
2.3	Редакция СМИ как медиапредприятие. Редакционноиздательский маркетинг как особый вид издательской деятельности. Позиционирование СМИ как способ завоевания информационного рыночного сегмента. Изучение конкурентных субъектов рынка СМИ. Медиаизмерение аудитории. Демографический, социальный и психографический анализ целевой аудитории СМИ. Маркетинговые прогнозы. Маркетинговая кампания. Методы маркетинга.	Практические занятия	5	2	ПК-3 ПК-6
2.4	Медиапланирование как инструмент управления рекламой и информацией. Понятие медиапланирования и его роль в современном рекламном процессе. Медиаагентства: определение, функции, структура. Медиаизмерение. Рейтинг как основной критерий оценки эффективности СМИ. Целевой суммарный рейтинг TRP. Индекс соответствия Affinity. Количественные и качественные медиаисследования. Инструменты медиапланирования. Измерения прессы, радио, телевидения, радио. Основные медийные показатели	Самостоятельная работа	5	15	ПК-3 ПК-6
2.5	Планирование рекламных и информационных кампаний. Выбор СМИ для проведения рекламной кампании. Основные характеристики СМИ: достоинства и недостатки. Медиаплан. Оценка эффективности медиаплана. Креативные медийные рекламные стратегии. Интегрированный подход.	Самостоятельная работа	5	15	ПК-3 ПК-6
2.6	1. Экономические цели редакции 2. Капитал, фонды и средства редакции 3. Финансовые процессы и потоки в редакции 4. Основы бухгалтерского учета в редакции 5. Системы аналитического учета и анализа, их использование в редакции газет 6. Основы управления прибылью и финансами редакции 7. Спрос и предложение на рынке печатных СМИ 8. Виды медиамаркетинга. 9. Цена на газетную продукцию 10. Основы экономического взаимодействия редакции с внешней средой 11. Финансовое планирование в редакции. 12. Регистрация и ликвидация СМИ 13. Концентрация и монополизация СМИ 14. Формы медиаобъединений 15. Материальное обеспечение производства продукции СМИ 16. Организационная структура редакции и ее эффективность 17. Менеджмент финансовый, кадровый, маркетинговый 18. Редакционный коллектив - состав и структура. 19. Моделирование работы редакции. Методы управления редакцией. 20. Требования к руководителю редакционного коллектива. 21. Медиарынок в условиях кризиса 22. Управление редакцией в период экономической нестабильности 23. Развитие СМИ в период экономической нестабильности. 24. Иерархия управления в редакции и штатное расписание	Самостоятельная работа	5	49	ПК-3 ПК-6
2.7	Проектная деятельность по разработке экономики авторского медиапроекта	Самостоятельная работа	5	50	ПК-3 ПК-6
2.8	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	5	9	ПК-3

					ПК-6
--	--	--	--	--	------

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Ворошилов В. В.	Журналистика: Учеб.	СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 42 экз.
2	Лэйхифф Д. М., Пенроуз Д. М.	Бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2001	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 97 экз.
3		Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8, Литературоведение. Журналистика: журнал	Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2014	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Амиров В. М.	Деловая журналистика: учебное пособие	Москва: Флинта Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Немец, Г. Н.	Бизнес-коммуникации. Практикум. Тесты: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008	ЭБС «IPR SMART»
6		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика	, 1946	ЭБС «IPR SMART»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант"<http://www.internet.garant.ru/>

Донская электронная библиотека. – URL: <http://elib.dspl.ru/request>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
LibreOffice

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-3: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики			
Знать: основные этапы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	готовиться к практическим и лекционным занятиям, готовить конспекты с использованием ссылок на рекомендованную основную и дополнительную литературу, анализировать и отбирать информацию из интернет-источников и баз данных, выполнять индивидуальные и групповые задания и (или) проекты	полные, содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала и привлечение ссылок на основную и дополнительную литературу в ходе ответа	Вопросы для экзамена (1-35), тестовые задания (1-30), темы рефератов (1-16), темы эссе (1-12), проект
Уметь: предлагать творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, эссе, систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМ	соответствие цели, теме, проблеме реферата, эссе; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение аргументировано отстаивать свою позицию; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке к практическим занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз данных	Вопросы для экзамена (1-35), тестовые задания (1-30), темы рефератов (1-16), темы эссе (1-12), проект
Владеть: навыками решения поставленных задач при работе с индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, эссе; систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ; проводить и оформлять исследование по журналистике с использованием специализированных методов	достижение цели и раскрытие темы, проблемы реферата и эссе; умение приводить примеры из реальной медиапрактики; аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке реферата и эссе; корректное оформление в соответствии с техническим заданием и поставленной целью, с использованием	Вопросы для экзамена (1-35), тестовые задания (1-30), темы рефератов (1-16), темы эссе (1-12), проект

	(типология журналистики); создавать авторский журналистский продукт, с использованием исторического материала	творческого потенциала (креативностью)	
ПК-6: способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации			
Знать: основы продвижения журналистского текста и (или) продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	готовиться к практическим и лекционным занятиям, готовить конспекты с использованием ссылок на рекомендованную основную и дополнительную литературу, анализировать и отбирать информацию из интернет- источников и баз данных	полные, содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала и привлечение ссылок на основную и дополнительную литературу в ходе ответа	Вопросы для экзамена (1- 35), тестовые задания (1- 30), темы рефератов (1-16), темы эссе (1-12), проект
Уметь: использовать различные каналы коммуникации для продвижения журналистского текста и (или) продукта	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, эссе, систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМ	соответствие цели, теме, проблеме реферата, эссе; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение аргументировано отстаивать свою позицию; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке к практическим занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет- ресурсов и баз данных	Вопросы для экзамена (1- 35), тестовые задания (1- 30), темы рефератов (1-16), темы эссе (1-12), проект
Владеть: методами и инструментами продвижения журналистского текста и (или) продукта с помощью различных каналов коммуникации	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме реферата, эссе; систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ; проводить и оформлять исследование по журналистике с использованием специализированных методов (типология журналистики); создавать авторский журналистский продукт, с использованием исторического материала	достижение цели и раскрытие темы, проблемы реферата и эссе; умение приводить примеры из реальной медиапрактики; аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке реферата и эссе; корректное оформление в соответствии с техническим заданием и поставленной целью, с использование творческого потенциала (креативностью)	Вопросы для экзамена (1- 35), тестовые задания (1- 30), темы рефератов (1-16), темы эссе (1-12), проект

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Редакционно-издательский маркетинг, его цели, задачи и направления.
2. Структура информационного рынка, закономерности его существования и развития.
3. Журналистская информация (определение, специфика, информация как товар).
4. Менеджмент и имидж СМИ.
5. Тираж периодического издания и рынок распространителей СМИ.
6. Стратегическое планирование в работе редакции.
7. Рекламная политика редакции.
8. Специфические черты редакционного менеджмента.
9. Сегментирование и позиционирование СМИ, выбор информационной ниши, ее виды.
10. Потенциальная, расчетная и реальная аудитории периодического издания. Основные направления исследования целевой аудитории.
11. Конкуренция на рынке СМИ. Изучение конкурентного издания и конкурентной среды.
12. Менеджмент и кадровая политика редакции.
13. Реклама в периодическом издании. Реклама и экономика издания.
- Система экономического обеспечения существования СМИ.
14. Виды редакционного менеджмента.
15. Экономические принципы работы СМИ.
16. Основные требования к менеджеру СМИ.
17. Финансовая политика и финансовая база редакции.
18. Методы управления редакционным коллективом.
19. Журналистика как разновидность производства.
20. Менеджмент и продвижение издания в период подписной компании.
21. Бюджет редакции. Общее понятие о расходной и доходной части бюджета.
22. Социально-психологический вектор менеджмента.
23. Капитал на информационном рынке. Формы концентрации СМИ.
24. Уровни менеджмента в редакции. Журналист в редакционном коллективе.
25. Основные направления редакционно-издательского маркетинга.
26. Управление редакционным коллективом и требования к современным менеджерам СМИ.
27. Имидж СМИ и его экономический эффект.
28. Издательская и коммерческая деятельность редакции.
29. Ценовая политика редакции.
30. Понятие имиджа и бренда. Бренды информационного рынка.
31. Бизнес-план редакции (цели, виды, форма).
32. Менеджмент СМИ и этика.
33. Проблемы редакционной собственности. Редакция как трудовой коллектив.
34. Менеджмент СМИ и закон.
35. Ресурсный рынок и его составные части.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 100.

100-84 балла (оценка «отлично») – ответы на вопросы верны; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение конкретных примеров из современной медиапрактики;

83-67 баллов (оценка «хорошо») – ответ на вопрос верный, но с отдельными погрешностями и ошибками, уверено исправленными после дополнительных вопросов; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение примеров из современной медиапрактики;

66-50 баллов (оценка «удовлетворительно») – ответ на вопрос частично верный, продемонстрирована некоторая неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, студент не может привести примеров из современной медиапрактики;

49-0 баллов (оценка «неудовлетворительно») – ответ на вопрос не верен, продемонстрирована неуверенность и неточность ответа на дополнительные и наводящие вопросы.

Тестовые задания

1. Что из перечисленного нельзя отнести к сегменту журналистского медиарынка?

- А. спорт
- Б. экономику
- В. журналистское обозрение

2. Что из перечисленного можно отнести к продуктам журналистского медиарынка?

- А. авторская инфографика
- Б. журналистская этика
- В. права журналиста

3. Является ли журналистика разновидностью производства, и если да, то почему?

- А. Да, это разновидность производства, поскольку информация покупается и продается.
- Б. Да, это разновидность производства, поскольку у него есть цель, средства производства, объект производства и продукция.
- В. Нет, журналистика – это сфера услуг.

4. Куда относится бюджет маркетинга?

- А. К доходной части редакционного бюджета.
- Б. К расходной части редакционного бюджета.

5. Какой стиль управления наиболее характерен для СМИ?

- А. Патриархальный
- Б. Бюрократический
- В. Либерально-демократический
- Г. Все ответы неверны

6. Какие ресурсы предлагает покупателям информационный рынок?

- А. Финансы, рабочая сила, техника и различные виды информации
- Б. Печатные и электронные СМИ
- В. Информационные ресурсы различных источников

7. Какие существуют направления у редакционно-издательского маркетинга?

- А. Эффективное производство и сбыт, коммерческая деятельность.
- Б. Коммерческая и издательская деятельность.
- В. Изучение рынка, исследование аудитории, изучение изданий-конкурентов, изучение самого издания.

8. Сколько ключевых маркетинговых концепций и какие именно применимы в работе СМИ?

- А. 4 концепции - концепция социально-этического маркетинга, концепция собственно "маркетинга", концепция совершенствования товара, концепция совершенствования производства
- Б. 2 концепции - концепция социально-этического маркетинга, концепция интенсификации маркетинговых усилий

В. 5 концепций, в том числе концепция совершенствования производства и совершенствования товара

9. В какой ситуации редакция может использовать социально-этический маркетинг

- А. В ситуации, когда есть прибыль, финансовое положение стабильно
- Б. Только достигнув самоокупаемости
- В. При участии в благотворительных акциях
- Г. В любой ситуации, когда сочтёт нужным

10. Каковы направления ценовой политики редакции?

- А. Сбыт, регулирование покупки товаров, необходимых для производства информации и выпуска СМИ, приобретение рабочей силы.
- Б. Сбыт продукции, приобретение рабочей силы
- В. Регулирование покупки товаров, необходимых для производства информации и выпуска СМИ, представительские расходы, коммерческая деятельность.

11. Как могут выглядеть конкурентные ситуации на информационном рынке?

- А. Монополия, олигополия, конкурентная борьба.
- Б. Конкурентная борьба и отсутствие конкуренции.
- В. Конкурентная борьба в рыночном сегменте, передел информационных ниш, монополия.

12. Что такое информационный рынок?

- А. Пространство, в котором происходит обмен между продавцами и покупателями информации.
- Б. Специфическая часть общего экономического пространства России.
- В. Сфера действия и влияния СМИ.

13. Чем отличается оперативное планирование от стратегического?

- А. Конкретикой, сроками, наличием ответственных лиц
- Б. Стратегическим занимается только руководство
- В. Принципиальных отличий нет

14. Что такое системность в работе редакции?

- А. Определенный стиль управления.
- Б. Взаимосвязь и взаимозависимость всех структурных подразделений.
- В. Планирование деятельности во избежание авралов.

15. Каковы экономические принципы редакционной деятельности?

- А. Ритмичность, цикличность, рентабельность.
- Б. Принцип прибыльности, обеспечения конкурентоспособности, экономической достаточности или разумной экономии.
- В. Воспитание экономического мышления и самоокупаемость.

16. В чем специфичность редакции как трудового коллектива?

- А. Большое количество внештатных работников.
- Б. Совокупность творческих и производственных структур.
- В. Наличие особых формальных и неформальных связей.

17. Какова цель финансовой политики редакции?

- А. Создание и укрепление финансовой базы издания.
- Б. Обеспечение конкурентоспособности и рентабельности.
- В. Оба этих определения можно считать верными.

18. Что подразумевает рекламная политика редакции?

- А. Продвижение и саморекламу издания.

Б. Определение цены рекламы, системы ее публикации, разработку организационных мер обеспечения редакции рекламой.

В. Планирование прибыли от публикации рекламы, выработка принципов ее размещения, количества текстовых и графических рекламных материалов.

19. Какие формы концентрации СМИ вы знаете?

А. Издательско-полиграфическое объединение, холдинг, концерн, издательский дом.

Б. Общество с ограниченной ответственностью, открытое акционерное общество, закрытое акционерное общество.

В. Федеральные, региональные и местные СМИ.

20. Что подразумевает анализ информационного рынка по территориальному признаку?

А. Анализ мирового, регионального, провинциального рынков

Б. Анализ глобального и периферийного рынков

В. Анализ местного, регионального, национального и глобального рынков.

21. Чем медиа-холдинг отличается от издательского дома?

А. Размерами

Б. Составом и направлениями деятельности участников

В. Объемом оборотных средств

22. Что может быть на информационном рынке товарной единицей?

А. Новость

Б. Любая информация

В. Полноценное СМИ (газета, журнал, ТВ-программа, телеканал)

Г. Тексты и фотоиллюстрации

Д. Журналистское произведение

Е. Все ответы верны

23. Что представляет собой бизнес-план редакции?

А. Бюджет редакции и план работы на перспективу

Б. Комплект бухгалтерской отчетности

В. Документ, определяющий цели и важнейшие направления деятельности СМИ, методы решения стоящих перед СМИ задач, условия обеспечения запланированных результатов

24. Каковы задачи редакционного менеджмента?

А. Оптимизация размеров и структуры коллектива

Б. Оптимизация управления коллективом

В. Оптимизация работы всей структуры и каждого работника

Г. Всё в совокупности

25. Что такое издательская деятельность редакции?

А. Производство различной печатной продукции, помимо выпуска основного СМИ

Б. Выпуск приложений к СМИ

В. Все в совокупности

26. С какой целью СМИ занимаются издательской и коммерческой деятельностью?

А. Чтобы получить новый опыт работы на медиарынке

Б. Чтобы привлечь новую аудиторию

В. В первую очередь - чтобы заработать, создать дополнительный источник пополнения бюджета

27. Откуда редакция может получить финансовые ресурсы?

А. Собственные средства, доходы от рекламы, продажи различных информационных продуктов

Б. Дотации, спонсорство, пожертвования

- В. Кредиты
- Г. Все ответы верны

28. Что в первую очередь определяет результат труда?

- А. Способности и мотивация
- Б. Работоспособность, целеустремленность
- В. Уровень оплаты и условия труда
- Г. Все ответы верны

29. Имидж СМИ – это...

- А. Образ, устойчивое представление
- Б. Внешний вид СМИ
- В. Репутация СМИ, имидж его сотрудников
- Г. Все в совокупности

30. Известные вам методы распространения печатных СМИ – это...

- А. Розничные продажи и подписка
- Б. Продажа в розницу и бесплатное распространение
- В. Подписка, продажи в розницу и через дистрибьюторов, бесплатное распространение целевой аудитории.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 30.

30-27 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более трёх недочетов.

27-22 баллов, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более трёх ошибок и трёх недочетов, или не более шести недочетов.

21-16 баллов, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более четырёх ошибок, или не более трёх ошибок и пяти недочетов, или не более.

15-0 баллов, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, или если правильно выполнил менее половины работы.

Темы рефератов

1. Определение сегментов глобального и национального информационного рынка и характеристика СМИ, представленных в данных сегментах.
2. Конвергенция зарубежных СМИ. Примеры новых форм работы популярных зарубежных печатных и электронных СМИ.
3. Изучение конкурентных ситуаций на глобальном информационном рынке.
4. Ведущие СМИ Европы. Основные типологические характеристики и позиции на рынке.
5. Ведущие СМИ Азии. Основные типологические характеристики и позиции на рынке.
6. Ведущие СМИ Северной Америки. Основные типологические характеристики и позиции на рынке.
7. Ведущие СМИ Латинской Америки. Основные типологические характеристики и позиции на рынке.
8. Ведущие СМИ Африки. Основные типологические характеристики и позиции на рынке.
9. Самые известные медиа-бренды. Предпосылки успешности и основы для развития в изменчивом мире.
10. Рыночные перспективы печатных и электронных СМИ. Сопоставление рекламных бюджетов и прочих статей доходов. Медиа-холдинги как форма существования СМИ.
11. Информационный продукт на зарубежных медиа-рынках. Формы работы редакций с реальной и потенциальной аудиторией.
12. Новые технологии и экономика СМИ. Интернет и мобильные электронные девайсы как формы распространения и продвижения медиа-контента.

13. Создание и развитие зарубежных медиа-империй и медиа-конгломератов. Медиа-магнаты (Мердок, Херст, Берлускони, Тед Тернер; Бертельсманн, CBS Corporation, Hearst Corporation, News Corporation, Time Warner Inc. и др.)

14. Современные зарубежные исследования в сфере управления персоналом. Стили управления. Специфика редакционных коллективов.

15. Кадровая политика СМИ. Трудовое право зарубежных стран и СМИ. Мониторинг рынка труда для журналистов.

16. Современные бизнес-модели зарубежных СМИ. Наиболее «продаваемая» тематика качественных и массовых печатных изданий.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

20-18 баллов – тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора подкреплены содержательным анализом; допускается присутствие в тексте грамматических и стилистические ошибок (не более 2); соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; работа оформлена согласно правилам;

17-15 баллов – тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора содержат элементы анализа; но в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (не более 5), при этом соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; наблюдаются проблемы с оформлением работы;

14-10 баллов – тема работы совпадает с предложенной преподавателем, но не до конца раскрыта, рассуждения автора поверхностны и не содержат элементов анализа; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 5), но соблюдены структура повествования и логика изложения мысли;

9-5 баллов – тема работы частично не совпадает с предложенной преподавателем, присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 10), нарушены структура повествования и логика изложения мысли;

4-1 балла – тема работы не совпадает с предложенной преподавателем; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 15), отсутствуют структура повествования и логика изложения мысли;

0 баллов – задание преподавателя не выполнено; в выполненном задании обнаруживаются следы плагиата.

Темы эссе

Тема не должна инициировать изложение лишь определений, понятий, ее цель – побуждать к размышлению.

1. Как стать «звездой» информационного рынка. Путь к успеху одного из российских или зарубежных СМИ.
2. Экономическая журналистика – «принцесса» или «золушка» информационного рынка?
3. Реклама и аудитория современных СМИ.
4. Имидж СМИ и его экономический эффект.
5. Экономическая цензура – миф или реальность?
6. Экономическая журналистика в блогосфере
7. История российской экономической журналистики в лицах.
8. Журнал «Эксперт» - ведущее аналитическое экономическое издание России.
9. «Коммерсантъ» & «Ведомости» - сравнительный анализ ведущих деловых изданий.
10. Экономическая журналистика и деловые СМИ в российской глубинке.
11. Экономическая журналистика в телеэфире.
12. Экономическая журналистика на российском радио.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

20-18 баллов – тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора подкреплены содержательным анализом; допускается присутствие в тексте грамматических и стилистические ошибки (не более 2); соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; работа оформлена согласно правилам;

17-15 баллов – тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора содержат элементы анализа; но в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (не более 5), при этом соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; наблюдаются проблемы с оформлением работы;

14-10 баллов – тема работы совпадает с предложенной преподавателем, но не до конца раскрыта, рассуждения автора поверхностны и не содержат элементов анализа; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 5), но соблюдены структура повествования и логика изложения мысли;

9-5 баллов – тема работы частично не совпадает с предложенной преподавателем, присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 10), нарушены структура повествования и логика изложения мысли;

4-1 балла – тема работы не совпадает с предложенной преподавателем; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 15), отсутствуют структура повествования и логика изложения мысли;

0 баллов – задание преподавателя не выполнено; в выполненном задании обнаруживаются следы плагиата.

Проект

Задание предоставляется в печатном виде объёмом 20-30 страниц. В структуру проекта входит: разработка концепции авторского СМИ (медиапроекта), обоснованность актуальности медиапроекта, анализ целевой аудитории и конкурентов проекта, штатная численность проекта, анализ доходной и расходной части проекта, SWOT-анализ проекта.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 30.

30-26 баллов – предложенная идея медиапроекта обоснована и актуальна на сегодняшний день, проведены анализы целевой аудитории и конкурентов проекта, просчитана экономика проекта, проведён SWOT-анализ медиапроекта, предложены варианты уменьшения экономических рисков проекта;

25-19 баллов – автор не аргументировал актуальность и полезность предложенной идеи медиапроекта или в процессе подсчёта экономики издания были допущены некоторые ошибки, однако студентом в ходе подготовки работы проведены анализы целевой аудитории и конкурентов проекта, проведён SWOT-анализ медиапроекта, предложены варианты уменьшения экономических рисков проекта;

18-13 баллов – студент допустил ошибки в подсчёте экономики проекта, не провёл анализ конкурентов проекта и не предложил варианты уменьшения экономических рисков проекта, однако его работа содержит обоснование актуальности медиапроекта, проведён анализ целевой аудитории и SWOT-анализ проекта;

12-7 баллов – автор не провёл анализы конкурентов и целевой аудитории проекта, не просчитал экономические риски проекта, в подсчёте экономики проекта присутствует множество грубых ошибок, однако студент обосновал актуальность идеи медиапроекта и предпринял попытки разработки экономики проекта;

6-1 балл – актуальность проекта не обоснована, отсутствуют попытки подсчёта экономики проекта, SWOT-анализ, а также анализ конкурентов и целевой аудитории не проведены или проведены ненадлежащим образом;

0 баллов - задание преподавателя не выполнено или в выполненном задании найдены следы плагиата.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику промежуточной аттестации, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания адресованы студентам *всех* форм обучения.

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются общетеоретические вопросы деловой журналистики, ведения медиапроектов, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки подготовки журналистского материала экономической направленности.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические рекомендации по оформлению реферата, эссе, проекта

1. **Текст** работы должен быть распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой односторонней бумаги (формата А4) через два интервала. Шрифт -кегель 14. Размер левого поля 30 мм, правого – 10,5 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Поля слева оставляют для переплета, справа – для того, чтобы в строках не было неправильных переносов. При таких полях каждая страница текста содержит приблизительно 1800 знаков (30 строк по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак). Текст выравнивается по ширине.

Все страницы нумеруются начиная с титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в середине верхнего поля страницы.

Каждая глава начинается с новой страницы. Это правило относится к другим основным структурным частям работы: Введение, Заключение, Библиографическому списку, Приложение.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно двум интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Расстояния между основаниями строк заголовка принимают такими же, как и в тексте. Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Не допускается подчеркивание заголовков и перенос слов в заголовке.

Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзачным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Таблицы, рисунки, чертежи, графики, фотографии как в тексте работы, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210x297 мм (формат А – 4). Подписи и пояснения к фотографиям, рисункам помещаются с лицевой стороны.

Рукопись, рисунки, фотографии должны быть без пометок, карандашных исправлений, пятен и загибов, не допускаются набивка буквы на букву и дорисовка букв чернилами. Количество исправлений должно быть не более пяти на страницу и вноситься от руки чернилами черного цвета.

2. Главы и параграфы должны быть пронумерованы, что позволит составить «*Содержание*» работы. Для этого используются арабские цифры, прописные и строчные буквы в сочетании с делением на абзацы. В последнее время входит «в моду» чисто цифровая нумерация, когда самые крупные части нумеруются одной цифровой, их подразделы – двумя цифрами: номером части и номером раздела (н а п р и м е р, раздел 2.1), параграфы – тремя цифрами (2.1.3). Такая система допускается отсутствие слов «часть», «раздел», «глава», «параграф».

3. *Библиографический аппарат* – весьма сложная часть работы. Во-первых, это ценное указание на источники по теме исследования для тех, кто будет читать работу; во-вторых, он позволяет судить о научной культуре автора, глубине его проникновения в тему и этичности его позиции по отношению к авторам используемых источников.

Библиографические описания в списках должны быть составлены в соответствии со следующими ГОСТами:

1. ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

2. ГОСТ 7-82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

3. ГОСТ 7.0.12-2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний в русском языке. Общие требования и правила».

Книги (монографии, учебники, словари, энциклопедии и т. д.)

– книги одного автора:

Абаимов, В. Ф. Дендрология : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Лесное хозяйство" / В. Ф. Абаимов. – 3–е изд., перераб. – Москва : Академия, 2009. – 368 с.

– книги двух авторов:

Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2007. – 424 с.

– книги трёх авторов:

Бахвалов, Н. С. Численные методы : учеб. пособие для студ. физико-математ. спец. вузов / Н. С. Бахвалов, Н. П. Жидков, Г. М. Кобельков ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – 4-е изд. – Москва : БИНОМ. Лаб. знаний, 2006. – 636 с.

– книги четырех авторов:

История России : учебное пособие для вузов / В. Н. Быков, А. И. Иванов, В. П. Петров, А. Я. Борисов ; отв. ред. А. П. Сухов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : СПбЛТА, 2001. – 231 с.

– книги более четырех авторов:

Менеджмент в АПК : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / Ю. Б. Королев, А. В. Николаев, И. Е. Соболев [и др.]. – Москва : КолосС, 2007. – 424 с.

– книги под редакцией, составители и т. д.:

Стратегический менеджмент : учеб. по специальности "Менеджмент организации" / под ред. А. Н. Петрова. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 496 с.

– методические и учебно-методические пособия:

Математика. Самостоятельная работа студентов : метод. указания для подготовки дипломированных специалистов по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)", 080507 "Менеджмент организации" / сост.: С. М. Полещиков, О. Н. Роттэ. – Сыктывкар : СЛИ, 2007. – 24 с.

– отдельный том многотомного издания:

Экономическая безопасность Республики Коми : в 2-х т. Т. 2 / Коми НЦ УрО РАН, Ин-т соц.-эконом. и энергет. проблем Севера ; ред.: В. Н. Лаженцев, В. И. Акопов. – Сыктывкар : [б. и.], 2003. – 478 с.

Статьи из журналов и газет, главы из книг

– статьи из журнала одного автора:

Локтионов, В. И. Проблема выбора метода оценки эффективности инвестиционных проектов, программ и стратегий в энергетике / В. И. Локтионов // Финансы и кредит. – 2012. – № 38. – С. 62-65.

– статьи из журнала двух авторов:

Киселева, В. В. Динамика типов леса и типов насаждений национального парка "Лосиный остров" / В. В. Киселева, Б. В. Галактионов // Лесной вестник. – 2019. – № 23. – С. 20-28.

– *статьи из журнала трёх авторов:*

Карманов, А. П. Применение методов нелинейной динамики для анализа результатов мониторинга сточных вод / А. П. Карманов, Л. С. Кочева, Т. Н. Щемелинина // Известия вузов. Лесной журнал. – 2014. – № 6. – С. 129-137.

– *статьи из журнала четырёх авторов:*

Дискуссии о денежно-кредитной политике и состоянии экономики: в поисках конструктивной критики / А. Могилат, Ю. К. Ачкасов, А. В. Егоров, А. В. Климовец // Вопросы экономики. – 2016. – № 5. – С. 25-43.

– *статьи из журнала более четырёх авторов:*

Росту и развитию агропромышленного производства необходим комплексный подход / И. Г. Ушачев, А. Ф. Серков, В. В. Маслова [и др.] // АПК: экономика, управление. – 2016. – № 4. – С. 4-14.

– *статьи из газеты:*

Богданович, С. Один день с Монди / С. Богданович // Огни Вычегды. – 2015. – № 15, 17 апр. – С. 3, 4.

– *статьи из сборника, материалы конференций:*

Двинянинова, Г. С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г. С. Двинянинова // Социальная власть языка : сб. науч. тр. / Воронеж. межрегионал. ин-т обществ. наук ; Воронеж. гос. ун-т, Фак. романно-герман. истории. – Воронеж, 2001. – С. 101–106.

– *раздел, глава из книги:*

Малый, А. И. Введение в законодательство Европейского сообщества / А. И. Малый // Институты Европейского союза : учеб. пособие / А. И. Малый, Дж. Кембелл, О. Нейл. – Архангельск, 2001. – Разд. 1. – С. 7–26.

Диссертации, авторефераты диссертаций

Князев, Е. Н. Антикризисное управление: принципы организации и механизмы принятия решений : специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами: промышленности) : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Князев Евгений Николаевич; науч. рук. В. Н. Задорожный ; Институт социально-экономических и энергетических проблем Севера КНЦ УрО РАН. – Сыктывкар, 2002. – 206 с.

Примеры библиографического описания электронных ресурсов

– *нормативно-правовые акты, ГОСТы, СП, федеральные законы, приказы и т.д. :*

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) : от 05 авг. 2000 г. : принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. : одобр. Советом Федерации 17 июля 1998 г.: ред. от 15.04.2019 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.10.2019).

- *книги с электронно-библиотечных систем («Университетская библиотека онлайн»)*

Ирзаев, Г. Х. Экспертные методы управления технологичностью промышленных изделий : монография / Г. Х. Ирзаев ; Университетская библиотека онлайн (ЭБС). – Москва : Инфра-Инженерия, 2010. – 192 с. – URL: <http://www.biblioclub.ru/book/70522/> (дата обращения: 01.10.2019).

– *книга, методическое пособие:*

Дипломное проектирование : метод. указания по подготовке дипломных проектов для студентов специальности 220301 "Автоматизация технологических процессов и производств" заочной формы обучения : самост. учеб. электрон. изд. / Сыкт. лесн. ин-т – фил. ГОУ ВПО "С.-Петерб. гос. лесотехн. акад. им. С. М. Кирова", Каф. автоматизации технол. процессов и производств ; сост.: В. И. Семеновых, Н. В. Белозерова, Е. Ю. Сундуков. Сыктывкар : СЛИ, 2009. – URL: <http://lib.sfi.komi.com/ft/301-000091.pdf> (дата обращения: 14.10.2019).

– *статьи из журналов, представленных в электронном виде:*

Калимуллин, Т. Р. Российский рынок диссертационных услуг / Т. Р. Калимуллин ; Изд-во «Лань» (ЭБС) // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6, № 4. – С. 14–38. – URL: <http://www.ecsoc.msses.ru/Mag.php> (дата обращения: 23.12.2019).

– *статьи из электронных журналов:*

Петров, А. В. Обучение студентов СПО основам создания баз данных в MySQL / А. В. Петров // Научное образование : электронный журнал. – URL: <http://www.nilc.ru/journal/>. – Дата публикации: 21. 04. 2019.

– *сайт в целом:*

Википедия : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.11.2019).

– *раздел из сайта:*

Лесоводство // Википедия : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.11.2019).

CD–диски

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства. – Москва: Большая Рос. энцикл., 1996.
– 1 (CD-ROM).