

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 29.06.2026 22:31:16

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**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	16 1/6			
Неделя	УП	РП	УП	РП
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	80	80	80	80
Часы на контроль	36	36	36	36
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	7	8	ПК-3 ПК-6
1.2	Информационный рынок: структура, закономерности формирования и развития. Факторы формирования информационного рынка. Финансовый рынок. Рынок рабочей силы (труда). Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов. Рынок информации и идей. Рынок периодических изданий.	Лекционные занятия	7	8	ПК-3 ПК-6
1.3	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	7	8	ПК-3 ПК-6
1.4	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 телерадиокомпаний и информационного агентства. Бизнес-план как продолжение бюджета редакции. Финансовое планирование в редакции. Основная структура финансовых планов. Разделы бизнесплана. Смета расходов.	Практические занятия	7	8	ПК-3 ПК-6
1.5	Средства массовой информации и рынок. СМИ как отрасль современной экономики. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов. Концентрация в индустрии СМИ.	Практические занятия	7	8	ПК-3 ПК-6
1.6	Анализ медиасегментов регионального информационного рынка.	Практические	7	8	ПК-3

	Изучение субъектов рынка СМИ Ростовской области. Типологические сегменты регионального медиарынка (печать, радио, телевидение, интернет). Информационные ниши. Медиаизмерение аудитории. Маркетинговые стратегии и прогнозирование.	занятия			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	7	4	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 телерадиокомпаний 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.	Лекционные занятия	7	4	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	7	4	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. Рейтинги 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	Практические занятия	7	2	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.	Практические занятия	7	2	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 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	7	34	ПК-3 ПК-6

2.7	Проектная деятельность по разработке экономики авторского медиапроекта	Самостоятельная работа	7	46	ПК-3 ПК-6
2.8	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	7	36	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 использованием 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 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.

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).