

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

_____ Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Региональные СМК»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

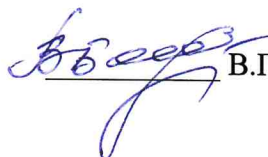
«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Региональные СМК» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

к.хим.н., доцент



В.П. Безродный

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.



И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета



Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Предмет «Региональные средства массовой коммуникации» является вариативной дисциплиной профессионального цикла подготовки бакалавров по направлению подготовки 43.03.01 Реклама и связи с общественностью; закладывает специальные знания для профессиональной деятельности работника рекламы и связей с общественностью и создает мотивацию для определения приоритетов дальнейшего изучения других специальных дисциплин профессионального блока.

Данный курс знакомит студентов с ситуацией на рынке средств массовой информации, дает представление о ведущих печатных изданиях (газеты, журналы), телерадиокомпаниях и интернет-изданиях Донецкого региона, а также Украины и России, основном контенте этих СМИ и причинах успеха на информационном рынке.

Освоение дисциплины «Региональные СМИ» является важной составляющей в процессе подготовки профессиональных кадров и одним из компонентов вариативной части профессионального блока.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	4	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина вариативной части профессионального блока	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3,5	3,5
Год подготовки	3	3
Семестр	5	-
Количество часов	126	126
- лекционных	36	4
- практических, семинарских	18	4
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	72	118
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	7	-
в т.ч. аудиторных	3	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель - Получение практических знаний о ситуации на рынке средств массовой информации Донецкого региона, а также Украины и России, ознакомление с работой ведущих печатных изданий, телерадиокомпаний, интернет-сайтов.

Задачи –

1. Ознакомиться с основными организационно-экономическими задачами, которые решают редакции средств массовой информации.
2. Ознакомиться с ситуацией на рынке печатных изданий Донецкого региона, а также Украины и России, усвоить сведения о ведущих средствах массовой информации в этой сфере.
3. Ознакомиться с ситуацией на рынке телерадиовещания Донецкого региона, а также Украины и России, усвоить сведения о ведущих средствах массовой информации в этой сфере.
4. Ознакомиться с ситуацией на рынке интернет-изданий Донецкого региона, а также Украины и России, усвоить сведения о ведущих средствах массовой информации в этой сфере.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК):

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

б) общепрофессиональных (ОПК):

способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);

умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

в) профессиональных (ПК):

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

Знать: ведущие средства массовой информации России, Украины и Донецкого региона среди печатных изданий, телерадиокомпаний, интернет-изданий;

Уметь: определить слагаемые экономического успеха конкретного средства массовой информации на рынке.

Владеть: ситуацией на информационном рынке Донецкого региона, России и Украины.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<p align="center">Содержательный модуль 1. Общая ситуация на рынке средств массовой информации</p>	
Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	Основные группы СМИ на рынке. Объемы финансового оборота на рынке СМИ. Основные тенденции развития рынка СМИ. Основные источники доходов СМИ.
Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	Основные тенденции рынка печатных СМИ и их причины. Переход печатных изданий в интернет. Сокращение количества и объемов печатных изданий. Рынок журналов.
Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	Увеличение количества теле- и радиоканалов. Специализированные теле- и радиоканалы. Переход телерадиовещания в интернет. Увеличение развлекательного контента.
Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	Формирование рынка интернет-изданий. Доходы и расходы интернет-изданий. Новые формы средств массовой информации в интернете.
<p align="center">Содержательный модуль 2. Рынок печатных средств массовой информации</p>	
Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	Печатные СМИ как товар на современном информационном рынке: основные тенденции. Характеристика нынешней ситуации с основными доходами редакций печатных СМИ: реализация, размещение рекламы, другие доходы. Тенденции изменений основных расходов: общередакционные, печать, бумага, доставка.
Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	Динамика объема рекламы в печатных СМИ. Дифференциация размещения рекламы в зависимости от тематической направленности прессы, вида печатного СМИ, региона распространения. Основные рекламодатели.
Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ	Характеристика рынка печатных СМИ Украины. Дифференциация печатных СМИ Украины по тематической направленности, по сфере распространения, по видам издания (газеты, журналы).
Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	Ведущие массовые общественно-политические издания Украины: «Факты», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда в Украине», их характеристика и особенности. Ведущие издания Украины для досуга: женские журналы, телегиды, их характеристика и особенности.
Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	Динамика регистрации печатных СМИ в Донецкой области в 1995 – 2014 гг. Дифференциация печатных СМИ Донецкой области по тематической направленности, месту регистрации, учредителям, языку издания. Анализ ситуации на рынке печатных изданий Донецкой Народной Республики.

Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	Ведущие общественно-политические издания Донецкой области в 2000-е годы: «Донбасс», «Донецкие новости», «Жизнь», «Вечерний Донецк», «Донецкий кряж», «Донетчина», их характеристика и особенности. Ведущие издания ДНР: «Голос Республики», «Донецкая Республика», «Боевое знамя Донбасса», «Донецкое время», «Донецк вечерний», «Новороссия», их характеристика. Местные издания в Донецком регионе, их характеристика и особенности.
Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	Характеристика рынка печатных СМИ России. Сегменты рынка печатных СМИ России по тематической направленности, по сфере распространения, по видам издания (газеты, журналы). Ведущие печатные издания России.
Содержательный модуль 3. Рынок телевидения и радиовещания	
Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы	Основные отличия рынка телерадиовещания от рынка печатных СМИ. Виды распространения телерадиосигналов. Основные доходы ТРК: размещение рекламы, производство собственного телерадиопродукта, их характеристика. Реклама на телевидении, динамика и особенности. Основные расходы ТРК: общередакционные, распространение сигнала, их характеристика.
Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	Характеристика телерадиовещания в Украине. Рейтинг телерадиокомпаний. Ведущие телерадиокомпании Украины, динамика их рейтинга в 2000-2015 гг. Характеристика ведущих телекомпаний Украины: «Интер», «СТБ», «Украина», «1+1», «Новый», «ICTV», «5-й канал».
Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	Характеристика телерадиовещания Донбасса. Ведущие телекомпании Донецкой области в 2000-е годы: ДОГТРК, «Донбасс», «Юнион», «1-й муниципальный», их характеристика. Трансформация телевидения в ДНР. Ведущие телекомпании ДНР: «1-й Республиканский», «Юнион», «Оплот ТВ», «Новороссия ТВ».
Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	Характеристика телерадиовещания в России. Ведущие телекомпании России, их характеристика: ВГТРК, «ОРТ», «НТВ».
Содержательный модуль 4. Рынок интернет-изданий	
Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	Роль и значение интернет-изданий в современном обществе. Особенности интернет-СМИ: оперативность подачи информации, мультимедийность, гипертекстуальность. Виды интернет-изданий. Характеристика основных доходов и расходов интернет-СМИ. Способы монетизации интернет-изданий.
Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	Характеристика интернет-пространства Украины. Ведущие интернет-издания Украины: ukr.net, Украинская правда, korrespondent.net, особенности подачи информации в этих изданиях.

Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	Характеристика интернет-пространства Донецкого региона. Ведущие интернет-издания Донбасса. Интернет-СМИ Донецкой Народной Республики.
Тема 19. Интернет-пространство России.	Характеристика интернет-пространства России. Ведущие интернет-издания России, их характеристика.

Тематический план

Содержательный модуль 1.												
Общая ситуация на рынке средств массовой информации												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В т.ч.					всего	В т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	7	2	1	-	4	-	8	1	1	-	6	-
Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	3,5	1	0,5	-	2	-	6	-	-	-	6	-
Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	3,5	1	0,5	-	2	-	6	-	-	-	6	-
Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	3,5	1	0,5	-	2	-	6	-	-	-	6	-
Итого по содержательному модулю 1	17,5	5	2,5	-	10	-	26	1	1	-	24	-

Содержательный модуль 2.												
Рынок печатных средств массовой информации												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В т.ч.					всего	В т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой	7	2	1	-	4	-	7	0,5	0,5	-	6	-

информации.												
Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	3,5	1	0,5	-	2	-	6	-	-	-	6	-
Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-
Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-
Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	10,5	3	1,5	-	6	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	7	2	1	-	4	-	7	-	-	-	7	-
Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-
Итого по содержательному модулю 2	49	14	7	-	28	-	46	1	1	-	44	-

Содержательный модуль 3. Рынок телевидения и радиовещания												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.	7	2	1	-	4	-	7	0,5	0,5	-	6	-
Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-
Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	10,5	3	1,5	-	6	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Тема 15. Общая ситуация	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-

на рынке телерадиовещания в России.												
Итого по содержательному модулю 3	31,5	9	4,5	-	18	-	27	1	1	-	25	-

Содержательный модуль 4. Рынок интернет-изданий												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	7	2	1	-	4	-	7	0,5	0,5	-	6	-
Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-
Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	7	2	1	-	4	-	8	0,5	0,5	-	7	-
Тема 19. Интернет-пространство России.	7	2	1	-	4	-	6	-	-	-	6	-
Итого по содержательному модулю 4	28	8	4	-	16	-	27	1	1	-	25	-
Всего:	126	36	18	-	72	-	126	4	4	--	118	-

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	2
2	Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	1
3	Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	1

4	Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	1
5	Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	2
6	Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	1
7	Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	2
8	Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	2
9	Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	3
10	Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	2
11	Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	2
12	Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.	2
13	Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	2
14	Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	3
15	Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	2
16	Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	2
17	Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	2
18	Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	2
19	Тема 19. Интернет-пространство России.	2
	ВСЕГО	36

Темы практических занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	1
2	Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	0,5
3	Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	0,5
4	Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	0,5
5	Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	1
6	Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	0,5
7	Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	1
8	Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	1
9	Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	1,5
10	Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	1
11	Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	1
12	Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.	1
13	Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	1
14	Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	1,5

15	Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	1
16	Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	1
17	Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	1
18	Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	1
19	Тема 19. Интернет-пространство России.	1
	ВСЕГО	18

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов
(соответственно данным в таблице тематического плана)

№ п/п	Название темы	Задание для самостоятельной работы	Количество часов
1.	Темы 1, 2, 5-11	Подготовить сообщение и презентацию по итогам анализа работы редакции одного из печатных СМИ	24
2.	Темы 1,3, 12-15	Подготовить сообщение и презентацию по итогам анализа работы редакции одной из телерадиокомпаний	24
3.	Темы 1, 4, 16-10	Подготовить сообщение и презентацию по итогам анализа работы редакции одного из интернет-изданий	24
	ВСЕГО		72

Структура анализа СМИ

1. Краткая история СМИ (возникновение, название, опорные даты, нынешнее состояние)
2. Нынешний статус (редактор, редакция, место расположения, форма собственности, владельцы)
3. Периодичность выхода
4. Сфера распространения, целевая аудитория
5. Основной контент
6. Основные рубрики (программы, передачи...)
7. Система подачи новостей
8. Наличие аналитических материалов
9. Наличие развлекательных материалов
10. Реклама в СМИ
11. Иные особенности

Перечень печатных изданий

<i>Газеты общественно-политические общеукраинские</i>				
1.	Факты			
2.	Аргументы и факты			
3.	Комсомольская правда в Украине			
<i>Газеты общественно-политические областные (до 2014 г.)</i>				
4.	Донбасс			

5.	Донецкие новости			
6.	Донецкий кряж			
7.	Донеччина			
8.	Панорама			
<i>Газеты общественно-политические ДНР</i>				
9.	Голос Республики			
10.	Донецкая Республика			
11.	МК в Донбассе			
12.	КП Донецкий выпуск			
<i>Газеты общественно-политические местные</i>				
13.	Приазовский рабочий			
14.	Вечерняя Макеевка			
15.	Макеевский рабочий			
16.	Донецк Вечерний			
17.	Родина			
18.	Енакиевский рабочий			
19.	Кочегарка			
<i>Газеты (журналы) телегиды</i>				
20.	Телегиды в ДНР			
<i>Журналы женские</i>				
21.	Натали			
22.	Cosmopolitan			
23.	Vogue			

Перечень телерадиоканалов

<i>Общеукраинские</i>				
1.	Интер			
2.	1+1			
3.	Украина			
4.	СТБ			
5.	5-й канал			
6.	Новый			
7.	112			
<i>Областные (до 2014 г.)</i>				
8.	27-й канал			
9.	Донбасс			
10.	1-й муниципальный			
11.	Юнион			
12.	Телеканалы Мариуполя			
<i>ДНР</i>				
13.	1-й Республиканский			
14.	Юнион			
15.	Оплот ТВ			

16.	Новороссия			
17.	Местные телеканалы			
<i>Общероссийские</i>				
18.	Россия-1			
19.	ОРТ			
20.	НТВ			
21.	5-й канал			
22.	Россия-24			
23.	Спортивные			
24.	Развлекательные			

Интернет-издания

<i>Интернет-издания Украины</i>				
1	Ukr.net			
2	Корреспондент.net			
3	Украинская правда			
4	Цензор			
5	Сегодня			
<i>Интернет-издания Донецкого региона</i>				
6	Novosti.dn.ua			
7	Donbass.ua			
8	Ostro.org			
9	Life.don			
<i>Интернет-издания ДНР</i>				
10	Донецкое агентство новостей https://dan-news.info			
11	Новороссия https://novorosinform.org			
12	Правда ДНР https://dnr-pravda.ru			
13	Новости Донецкой Республики http://dnr24.com			
14	Новости Донецкой Республики http://dnr-news.com			
15	Топ новости Донецка http://doneck-news.com			
16	Газеты ДНР http://gazeta-dnr.ru			
17	DNR-LIVE Деловой портал http://dnr-live.ru			
<i>Интернет-издания России</i>				
18	Rbc.ru			
19	Russian.rt.com			

20	Gazeta.ru			
21	Lenta.ru			
22	Life.ru			
23	Fontanka.ru			
24	Kp.ru			
25	Meduza.io			
26	Dni.ru			
27	Theins.ru			

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

(если предусмотрено программой)

Не предусмотрены

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Каковы современные общемировые тенденции развития и функционирования печатных СМИ?
2. Каковы современные общемировые тенденции развития и функционирования телевидения?
3. Каковы современные общемировые тенденции развития и функционирования радио?
4. Каковы современные общемировые тенденции развития и функционирования интернет СМИ?
5. Какова ситуация на рынке печатных СМИ Украины? Какие виды прессы имеют успех на рынке?
6. Приведите примеры (не менее 3-х) наиболее успешных общественно- политических печатных изданий в Украине. Дайте их краткую характеристику (формат, объем, периодичность выхода, тематика, особенности подачи материалов).
7. Приведите примеры (не менее 3-х) наиболее успешных развлекательных печатных изданий в Украине. Дайте их краткую характеристику (формат, объем, периодичность выхода, тематика, особенности подачи материалов).
8. Приведите примеры (не менее 3-х) наиболее успешных общественно- политических печатных изданий в России. Дайте их краткую характеристику (формат, объем, периодичность выхода, тематика, особенности подачи материалов).
9. Опишите структуру зарегистрированных печатных СМИ Донецкой области накануне начала войны в Донбассе? Опишите динамику регистрации печатных СМИ в Донецкой области в 1995-2014 гг.
10. Приведите примеры (не менее 3-х) республиканских общественно- политических печатных изданий ДНР. Дайте их краткую характеристику (формат, объем, периодичность выхода, тематика, особенности подачи материалов).
11. Приведите примеры (не менее 5-ти) ведущих местных (городских и районных) общественно-политических печатных изданий ДНР. Дайте их краткую характеристику (формат, объем, периодичность выхода, тематика, особенности подачи материалов).
12. Приведите примеры рекламных изданий в ДНР (не менее 3-х). Опишите их содержание (формат, объем, периодичность выхода, сфера распространения, тираж, виды рекламы, основные рекламодатели, целевая аудитория.).
13. Дайте краткую характеристику телевизионного пространства Донецкой области начала 2014 года. Приведите примеры ведущих областных и местных телеканалов,

укажите их основные параметры (целевая аудитория, сфера распространения, источники доходов).

14. Опишите процесс формирования телевизионного вещания в ДНР. Приведите примеры (не менее 3-х) ведущих республиканских телеканалов, укажите их основные параметры (целевая аудитория, сфера распространения, источники доходов).
15. Охарактеризуйте телевизионное информационное пространство России. Приведите примеры ведущих федеральных каналов общего интереса (не менее 3-х), дайте их краткую характеристику (целевая аудитория, сфера распространения, источники доходов).
16. Объясните причины возникновения специализированных телеканалов, укажите виды специализации. Приведите примеры каналов разных видов специализации в России, дайте их краткую характеристику (целевая аудитория, сфера распространения, источники доходов).

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр **5-й**

Учебная дисциплина **Региональные СМК**

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВАРИАНТ №1

1. Каковы современные общемировые тенденции развития и функционирования печатных СМИ?
2. Приведите примеры (не менее 3-х) наиболее успешных развлекательных печатных изданий в России. Дайте их краткую характеристику (формат, объем, периодичность выхода, тематика, особенности подачи материалов).
3. Опишите структуру зарегистрированных печатных СМИ Донецкой области накануне войны в Донбассе?

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова
В.П. Безродный _____

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	7
2	7
3	6
Всего	20 баллов

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

(теоретические вопросы к экзамену, образец билета и критерии оценивания)

Вопросы к зачету

- 1. Рынок печатных средств массовой информации.**
 - 1.1. Рынок печатных СМИ.
 - 1.1.1. Общая характеристика ситуации на рынке печатных СМИ.
 - 1.1.2. Современные тенденции размещения рекламы в печатных СМИ.
 - 1.2. Рынок печатных СМИ Украины.
 - 1.2.1. Общая характеристика современного рынка печатных СМИ Украины.
 - 1.2.2. Краткая характеристика ведущих общественно-политических газет Украины: «Факты», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда в Украине».
 - 1.2.3. Женские журналы в Украине: «Натали», «Cosmopolitan», «Vogue». Влияние контента на доходность изданий.
 - 1.3. Печатные СМИ Донецкого региона.
 - 1.3.1. Динамика государственной регистрации печатных СМИ в Донецкой области в 1995-2014 гг.
 - 1.3.2. Структура печатных СМИ области по тематической направленности, учредителям, географическому размещению изданий.
 - 1.3.3. Ведущие областные издания региона: «Донбасс», «Донецкие новости», «Донецкий край», «Донеччина».
 - 1.3.4. Краткая характеристика ведущих общественно-политических изданий в ДНР.
 - 1.3.5. Городские и районные издания в ДНР, экономическая основа их выпуска.
 - 1.4. Общая характеристика рынка печатных СМИ России.
- 2. Рынок телевидения и радиовещания.**
 - 2.1. Рынок телевидения и радиовещания.
 - 2.1.1. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания, современные тенденции его развития.
 - 2.1.2. Реклама как основной источник доходов телерадиокомпаний.
 - 2.2. Рынок телерадиовещания в Украине.
 - 2.2.1. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Динамика рейтинга популярности ТРК Украины в 2000-е годы.
 - 2.2.2. Краткая характеристика ведущих телерадиокомпаний в Украине: «Интер», «1+1», «Украина», «СТБ», «Новый», 5-й канал, «112».
 - 2.3. Телерадиопространство Донецкого региона.
 - 2.3.1. Ведущие региональные телекомпании Донецкого региона.
 - 2.3.2. Телекомпании Мариуполя, Красноармейска, Славянска, Артемовска.
 - 2.3.2. Возникновение и формирование телевидения в ДНР. «Первый республиканский ТК», «Оплот ТВ», «Юнион», «Новороссия».
 - 2.4. Телевидение России.
 - 2.4.1. Общая характеристика телевидения России.
 - 2.4.2. Ведущие телекомпании России: ВГТРК, «ОРТ», «НТВ».
 - 2.4.3. Развлекательные и спортивные телеканалы России.
- 3. Рынок интернет-изданий.**
 - 3.1. Общая характеристика рынка интернет-СМИ.
 - 3.2. Общая характеристика интернет-пространства Украины.
 - 3.2.1. Основные тенденции развития рынка интернет-СМИ Украины.
 - 3.2.2. Ведущие интернет-издания Украины: Ukr.net, Корреспондент, Украинская правда, Цензор, Сегодня.
 - 3.3. Характеристика рынка интернет-изданий Донецкого региона
 - 3.3.1. Ведущие интернет-издания Донецкого региона довоенного периода: Donbass.ua, novosti.dn.ua, ostro.org, life.don.

- 3.3.2. Формирование интернет-изданий в ДНР: ДАН, Новороссия, Правда ДНР, Новости Донецкой Республики, DNR-live.
- 3.4. Интернет-издания России
- 3.4.1. Основные тенденции развития рынка интернет-СМИ России.
- 3.4.2. Ведущие интернет-издания России: rbc.ru, RT.com, Gazeta.ru, Lenta.ru, Life.ru, Meduza.io.

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ (при наличии)

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Распределение баллов, которые могут получить студенты в процессе изучения дисциплины

Организационно-учебная работа студента	СРС		Всего
	Индивидуальная работа	Модульный контроль	
Мах 50 баллов	мах 30 баллов	мах 20 баллов	100 баллов

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Оборудованная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий.
Рабочие места для студентов в соответствии с их количеством.
Ноутбук, мультимедийный проектор.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке	Наличие электронной версии в
-------	--------------	---------------------------------	------------------------------

		ДонНУ	ЭБС
Основная литература			
1.	Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса: Учебное пособие. — Коллектив авторов. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 400 с.		+
2.	Яковлев И.П. Стратегическое управление медиасферой: Учебное пособие. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т; Ин-т «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», 2014.		+
3.	Ершов Ю.М. Медиарынок и бизнес. Учебно-методический комплекс. 2011. Режим доступа: https://sev.msu.ru		+
4.	Мирошниченко Д. Обзор рынка СМИ. Режим доступа: https://www.openbusiness.ru/		+
5.	Общая характеристика рынка СМИ. Режим доступа: https://studopedia.ru		+
Дополнительная литература			
6.	Все о ДНР. Интернет-справочник. Режим доступа: https://vsednr.ru		+
7.	Телепедия. Свободная энциклопедия. Режим доступа: https://telepedia.fandom.com		+
8.	Российское телерадиовещание и Интернет. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 году. Доклад Роспечати. Режим доступа: http://fapmc.ru		+
9.	Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 году Доклад Роспечати. Режим доступа: http://fapmc.ru		+
10.	Чабаненко М. В. Інтернет-видання України: становлення та особливості розвитку. - Рукопис. інтернет видання медіа. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 - теорія та історія журналістики. - Класичний приватний університет. - Запоріжжя, 2010.		+

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

(с указанием названия и полного электронного адреса)

1. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Официальный сайт. <http://fapmc.ru>
2. Министерство информации ДНР. Официальный сайт. <http://mininfodnr.ru>
3. Телепедия. Свободная энциклопедия. <https://telepedia.fandom.com>
4. Студопедия. <https://studopedia.ru>

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);

4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании _____
с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____