

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«РЫНОК СМИ»

Направление подготовки:	<u>42.03.02 Журналистика</u>
Профиль подготовки:	<u>Журналистика</u>
Образовательная программа:	<u>Бакалавриат</u>
Квалификация:	<u>Академический бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная, заочная</u>

Донецк 2021

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Л.П. Квашина



Рабочая программа учебной дисциплины «Рынок СМИ» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 524 с изменениями от 08.02.2021 № 83; Государственного образовательного стандарта высшего образования (ГОС ВО) Донецкой Народной Республики (ДНР) (проекта) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от 10.11.2017 г. (с изменениями и дополнениями); учебного плана и основной профессиональной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.03.02 Журналистика, профиля: «Журналистика», разработанных в ГОУ ВПО «ДОННУ».

Разработчик:

доцент каф. жур., Засл. журналист

 В.П. Безродный

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 9 от «4» марта 2021 г.

Заведующая кафедрой

 И.М. Артамонова

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета

Протокол № 7 от «17» марта 2021 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

 С.В. Руденко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина **«Рынок средства массовой информации»** относится к базовой части образовательной программы.

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.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания и умения, формируемые предшествующими дисциплинами – «Введение в специальность», «Работа редакции печатных СМИ», «Журналистское мастерство и специальность».

Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Рынок СМИ» являются основой для изучения последующих дисциплин - «Основы менеджмента в профессиональной сфере», «Экономика СМИ».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика учебной дисциплины	Форма обучения	
	Очная форма	Заочная форма
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика	
Профиль	Журналистика	
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	бакалавр	
Количество содержательных модулей	4	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина вариативной части	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, зачет	
Количество зачетных единиц (кредитов)	2,5	2,5
Год подготовки	3	3
Семестр	5	-
Количество часов	90	90
- лекционных	18	2
- практических, семинарских	18	2
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	54	86
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	5	-
в т.ч. - аудиторных	2	-
- самостоятельной работы	3	

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Рынок СМИ» - 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 «Рынок СМИ» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ, ГОС ВО ДНР (проект) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика и основной профессиональной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.03.02 Журналистика, профиля «Журналистика»:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1: Применяет правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
		УК-2.2: Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
		ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с

		общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
		ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции
Маркетинговая деятельность	ПК-6. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПК-6.1 Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов.
		ПК-6.2 Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации.
		ПК-6.3 Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией.

4. ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «**Рынок СМИ**» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные фильмы научно-познавательного характера, раздаточные материалы, специальное оборудование.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение. В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, подготовку и защиту рефератов.

Тематический план «Рынок СМИ»

Темы	Вопросы темы
Содержательный модуль 1. Общая ситуация на рынке средств массовой информации	
Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	1.1.Основные группы СМИ на рынке. 1.2.Объемы финансового оборота на рынке СМИ. 1.3.Основные тенденции развития рынка СМИ. 1.4. Основные источники доходов СМИ.
Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	2.1.Основные тенденции рынка печатных СМИ и их причины. 2.2.Переход печатных изданий в интернет. 2.3.Сокращение количества и объемов печатных изданий. 2.4. Рынок журналов.
Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	3.1.Увеличение количества теле- и радиоканалов. 3.2.Специализированные теле- и радиоканалы. 3.3.Переход телерадиовещания в интернет. 3.4. Увеличение развлекательного контента.
Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	4.1.Формирование рынка интернет-изданий. 4.2.Доходы и расходы интернет-изданий. 4.3. Новые формы средств массовой информации в интернете.
Содержательный модуль 2. Рынок печатных средств массовой информации	

Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	<p>5.1. Печатные СМИ как товар на современном информационном рынке: основные тенденции.</p> <p>5.2. Характеристика нынешней ситуации с основными доходами редакций печатных СМИ: реализация, размещение рекламы, другие доходы.</p> <p>5.3. Тенденции изменений основных расходов: общередакционные, печать, бумага, доставка.</p>
Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	<p>6.1. Динамика объема рекламы в печатных СМИ.</p> <p>6.2. Дифференциация размещения рекламы в зависимости от тематической направленности прессы, вида печатного СМИ, региона распространения.</p> <p>6.3. Основные рекламодатели.</p>
Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	<p>7.1. Характеристика рынка печатных СМИ Украины.</p> <p>7.2. Дифференциация печатных СМИ Украины по тематической направленности, по сфере распространения, по видам издания (газеты, журналы).</p>
Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	<p>8.1. Ведущие массовые общественно-политические издания Украины: «Факты», «Аргументы и факты», «Комсомольская правда в Украине», их характеристика и особенности.</p> <p>8.2. Ведущие издания Украины для досуга: женские журналы, телегиды, их характеристика и особенности.</p>
Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	<p>9.1. Динамика регистрации печатных СМИ в Донецкой области в 1995 – 2014 гг.</p> <p>9.2. Дифференциация печатных СМИ Донецкой области по тематической направленности, месту регистрации, учредителям, языку издания.</p> <p>9.3. Анализ ситуации на рынке печатных изданий Донецкой Народной Республики.</p>
Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	<p>10.1. Ведущие общественно-политические издания Донецкой области в 2000-е годы: «Донбасс», «Донецкие новости», «Жизнь», «Вечерний Донецк», «Донецкий кряж», «Донетчина», их характеристика и особенности.</p> <p>10.2. Ведущие издания ДНР: «Голос Республики», «Донецкая Республика», «Боевое знамя Донбасса», «Донецкое время», «Донецк вечерний», «Новороссия», их характеристика.</p> <p>10.3. Местные издания в Донецком регионе, их характеристика и особенности.</p>
Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	<p>11.1. Характеристика рынка печатных СМИ России.</p> <p>11.2. Сегменты рынка печатных СМИ России по тематической направленности, по сфере распространения, по видам издания (газеты, журналы).</p> <p>11.3. Ведущие печатные издания России.</p>
Содержательный модуль 3. Рынок телевидения и радиовещания	

Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.	12.1.Основные отличия рынка телерадиовещания от рынка печатных СМИ. 12.2.Виды распространения телерадиосигналов. 12.3.Основные доходы ТРК: размещение рекламы, производство собственного телерадиопродукта, их характеристика. 12.4. 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.	13.1.Характеристика телерадиовещания в Украине. 13.2.Рейтинг телерадиокомпаний. 13.3.Ведущие телерадиокомпании Украины, динамика их рейтинга в 2000-2015 гг. 13.4. Характеристика ведущих телекомпаний Украины: «Интер», «СТБ», «Украина», «1+1», «Новый», «ICTV», «5-й канал».
Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	14.1.Характеристика телерадиовещания Донбасса. 14.2.Ведущие телекомпании Донецкой области в 2000-е годы: ДОГТРК, «Донбасс», «Юнион», «1-й муниципальный», их характеристика. 14.3.Трансформация телевидения в ДНР. 14.4. Ведущие телекомпании ДНР: «1-й Республиканский», «Юнион», «Оплот ТВ», «Новороссия ТВ».
Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	15.1.Характеристика телерадиовещания в России. 15.2. 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.	16.1. Роль и значение интернет-изданий в современном обществе. 16.2. Особенности интернет-СМИ: оперативность подачи информации, мультимедийность, гипертекстуальность. 16.3. Виды интернет-изданий. 16.4. Характеристика основных доходов и расходов интернет-СМИ. 16.5. Способы монетизации интернет-изданий.
Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	17.1.Характеристика интернет-пространства Украины. 17.2. Ведущие интернет-издания Украины: ukr.net, Украинская правда, korrespondent.net, особенности подачи информации в этих изданиях.
Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	18.1.Характеристика интернет-пространства Донецкого региона. 18.2.Ведущие интернет-издания Донбасса. 18.3. Интернет-СМИ Донецкой Народной Республики.
Тема 19. Интернет-пространство России.	19.1.Характеристика интернет-пространства России. 19.2. Ведущие интернет-издания России, их характеристика.

Структура дисциплины «Рынок СМИ» по видам учебной деятельности

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	4,5	1	1	-	2,5	-	4,5	0,25	0,25	-	4	-
Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	2,5	0,5	0,5	-	1,5	-	2,5	0,25	0,25	-	2	-
Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	2,5	0,5	0,5	-	1,5	-	2,5	0,25	0,25	-	2	-
Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	2,5	0,5	0,5	-	1,5	-	2,5	0,25	0,25	-	2	-
Итого по содержательному модулю 1	12	2,5	2,5	-	7	-	12	1	1	-	10	-

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 информации.	5	1	1	-	3	-	5	0,5	0,5	-	4	-
Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	3	0,5	0,5	-	2	-	3	-	-	-	3	-
Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Тема 8. Лидеры печатных	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-

общеукраинских изданий.												
Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	7	1,5	1,5	-	4	-	7	-	-	-	7	-
Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Итого по содержательному модулю 2	35	7	7	-	21	-	35	0,5	0,5	-	34	-

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.	6	1	1	-	4	-	6	0,5	0,5	-	5	-
Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	7	1,5	1,5	-	4	-	7	-	-	-	7	-
Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Итого по содержательному модулю 3	23	4,5	4,5	-	14	-	23	0,5	0,5	-	22	-

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.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Тема 19. Интернет-пространство России.	5	1	1	-	3	-	5	-	-	-	5	-
Итого по содержательному модулю 4	20	4	4	-	12	-	20	0	0	-	20	-
Всего:	90	18	18	-	54	-	90	2	2	--	86	-

5. ТЕМАТИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	1	0,25
2	Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	0,5	0,25
3	Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	0,5	0,25
4	Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	0,5	0,25
5	Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	1	0,5

6	Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	0,5	0
7	Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	1	0
8	Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	1	0
9	Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	1,5	0
10	Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	1	0
11	Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	1	0
12	Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.	1	0,5
13	Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	1	0
14	Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	1,5	0
15	Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	1	0
16	Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	1	0
17	Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	1	0
18	Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	1	0
19	Тема 19. Интернет-пространство России.	1	0
	ВСЕГО	18	2

Темы практических занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	1	0,25
2	Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	0,5	0,25
3	Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	0,5	0,25
4	Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	0,5	0,25
5	Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	1	0,5
6	Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	0,5	0
7	Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	1	0
8	Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	1	0
9	Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	1,5	0
10	Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	1	0
11	Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	1	0
12	Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и	1	0,5

	радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.		
13	Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие телерадиокомпании в Украине.	1	0
14	Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	1,5	0
15	Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	1	0
16	Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	1	0
17	Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	1	0
18	Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	1	0
19	Тема 19. Интернет-пространство России.	1	0
	ВСЕГО	18	2

6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№ п/п	Название темы	Задание для самостоятельной работы	Количество часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	Темы 1, 2, 5-11	Подготовить сообщение и презентацию по итогам анализа работы редакции одного из печатных СМИ	25	40
2.	Темы 3, 12-15	Подготовить сообщение и презентацию по итогам анализа работы редакции одной из телерадиокомпаний	15,5	24
3.	Темы 4, 16-10	Подготовить сообщение и презентацию по итогам анализа работы редакции одного из интернет-изданий	13,5	22
	ВСЕГО		54	86

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

Газеты общественно-политические общеукраинские				
1.	Факты			
2.	Аргументы и факты			
3.	Комсомольская правда в Украине			
Газеты общественно-политические областные (до 2014 г.)				
4.	Донбасс			
5.	Донецкие новости			
6.	Донецкий кряж			
7.	Донеччина			
8.	Панорама			
Газеты общественно-политические ДНР				
9.	Голос Республики			
10.	Донецкая Республика			
11.	МК в Донбассе			
12.	КП Донецкий выпуск			
Газеты общественно-политические местные				
13.	Приазовский рабочий			
14.	Вечерняя Макеевка			
15.	Макеевский рабочий ДНР			
16.	Донецк Вечерний			
17.	Родина			
18.	Енакиевский рабочий			
19.	Кочегарка ДНР			
Газеты (журналы) телегиды				
20.	Телегиды в ДНР			
Журналы женские				
21.	Натали			
22.	Cosmopoliten			
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. 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).

8. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Образовательная программа:	бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.02 Журналистика
Профиль:	Журналистика
Очная форма обучения. Семестр	5
Заочная форма обучения. Год	3
Учебная дисциплина	Рынок СМИ

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 _____

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ 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)

Экзамен не предусмотрен

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. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС) оценивается в 60 баллов. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Оценивание СРС по дисциплине «Рынок СМИ»

Названия содержательных модулей и тем	СРС
Содержательный модуль 1. Общая ситуация на рынке средств массовой информации	
Тема 1. Общемировые тенденции на рынке СМИ	5
Тема 2. Тенденции развития рынка печатных изданий	3
Тема 3. Тенденции развития рынка телерадиовещания изданий	3
Тема 4. Тенденции развития рынка интернет-изданий	4
Итого по 1-му содержательному модулю	15
Содержательный модуль 2. Рынок печатных средств массовой информации	
Тема 5. Общая характеристика современного рынка печатных средств массовой информации.	
Тема 6. Основные тенденции в размещении рекламы в печатных СМИ.	3
Тема 7. Общая ситуация на рынке печатных СМИ Украины.	2
Тема 8. Лидеры печатных общеукраинских изданий.	2
Тема 9. Рынок печатных СМИ Донецкого региона.	3
Тема 10. Лидеры печатных изданий Донецкого региона.	2
Тема 11. Общая ситуация на рынке печатных СМИ России.	3
Итого по 2-му содержательному модулю	15
Содержательный модуль 3. Рынок телевидения и радиовещания	
Тема 12. Общая характеристика рынка телевидения и радиовещания. Основные доходы и расходы телерадиокомпаний.	4
Тема 13. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в Украине. Ведущие	3

телерадиокомпаний в Украине.	
Тема 14. Рынок телерадиовещания в Донецком регионе	5
Тема 15. Общая ситуация на рынке телерадиовещания в России.	3
Итого по 3-му содержательному модулю	15
Содержательный модуль 4. Рынок интернет-изданий	
Тема 16. Общая характеристика рынка интернет-изданий. Основные доходы и расходы редакций интернет-изданий.	4
Тема 17. Общая ситуация на рынке интернет-изданий в Украине.	3
Тема 18. Ведущие интернет-издания Донецкого региона.	5
Тема 19. Интернет-пространство России.	3
Итого по 4-му содержательному модулю	15
ВСЕГО	60

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	Итого	20
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	Итого	20
Содержательный модуль 3	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	40
Содержательный модуль 4	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	Итого	20
Общий итог		100

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)	не зачтено

		с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	
--	--	---	--

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «**Региональные СМИ**», размещенные на официальном сайте университета и личных интернет-ресурсах преподавателя.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
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.-Петербург. 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		+
<i>Дополнительная литература</i>			
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 _____

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

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

Заведующий кафедрой _____