

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Лащева Елена Владимировна

Должность: И.о. заведующего кафедрой музыковедения, композиции и методики

музыкального образования, доцент кафедры музыковедения, композиции и

методики музыкального образования

Дата подписания: 24.06.2024 15:24:39

Уникальный программный ключ:

58d53e6ef20e96d56ebfa77e48961b440b6b44ec

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ

КУЛЬТУРЫ»

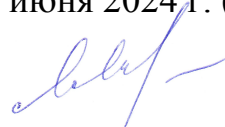
Факультет консерватория

Кафедра музыковедения, композиции и методики музыкального образования

ПРИНЯТО

на заседании кафедры

«10» июня 2024 г. (протокол № 12)



Е. В. Лащева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.02 РЕКЛАМНАЯ И РЕДАКТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СМИ

Направление подготовки – 53.04.06 «Музыкознание и музыкально-прикладное искусство»

Профиль подготовки – Музыковедение (уровень магистратуры)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 53.04.06 «Музыкальное образование и музыкально-прикладное искусство» (№ 823 от 23.08.2017).

Рецензенты:

доктор искусствоведения, доцент кафедры истории музыки Ростовской государственной консерватории им. С.В. Рахманинова

Демина В.Н.

кандидат искусствоведения, доцент кафедры кино, телевидения и звукорежиссуры КГИК

Преодоляк А.А.

Составитель:

Аникиенко С.В., кандидат искусствоведения, доцент кафедры музыковедения, композиции и методики музыкального образования ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», член Союза композиторов России, член Союза журналистов России

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры музыковедения, композиции и методики музыкального образования «10» июня 2024 г., протокол № 12.

Рабочая программа учебной дисциплины «**Рекламная и редакторская деятельность в СМИ**» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «18» июня 2024 г., протокол № 14.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций.....	4
4. Структура и содержание и дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины:	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы ...	6
5. Образовательные технологии	11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	12
6.1. Контроль освоения дисциплины	12
6.2. Фонд оценочных средств.....	12
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	13
7.1. Основная литература	13
7.2. Дополнительная литература	14
7.3. Периодические издания	14
7.4. Интернет-ресурсы	14
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	14
7.6. Программное обеспечение	14
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	14
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	16

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля) – музыкально-теоретическая и музыкально-практическая подготовка будущего специалиста, которая является необходимой составляющей профессиональной компетентности музыковеда. Создание в процессе изучения рекламной и редакторской деятельности благоприятных условий для профессионального и личностного роста магистранта: формирования его духовно-нравственных и эстетических ценностей, развития общей музыкальности и художественно-эстетического вкуса, повышения интеллектуально-художественной эрудиции и гуманитарной культуры. Формирование устойчивых представлений о сущности рекламной, редакторской и издательской деятельности в СМИ, ее закономерностях, особенностях труда журналиста, различных функциях журналиста в структуре СМИ и значении в практической деятельности журналиста.

Задачи курса: дать представление об основах рекламной и редакторской деятельности в современных средствах массовой информации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Рекламная и редакторская деятельность в СМИ» является дисциплиной, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.02.

Дисциплина предусматривает владение магистрантом объемом знаний и умений, соответствующим требованиям к выпускнику образовательных учреждений. «Рекламная и редакторская деятельность в СМИ» изучается в комплексе с другими музыкально-теоретическими дисциплинами: «Музыка в структуре медиатекста», «Теория музыкального стиля», «Теория современной композиции», «Изучение и проектирование образовательных систем в области музыкального искусства».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
способен ориентироваться в проблемном поле искусствоведения, анализировать актуальные проблемы в области музыкального искусства, в том числе социокультурные	принципы отбора, редактирования разных видов текстов (печатных, аудио-, видео-), приведения их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями,	выстроит рекламную стратегию и маркетинг, подготовить рекламное издание к печати,	опытом музыкально-редакторской деятельности в СМИ, на радио и ТВ; навыками и методами стилистического

процессы в массовой музыке, джазе и современных медиажанрах (ПК-2)	технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	писать собственные тексты о музыке	и литературного редактирования текстов
--	---	------------------------------------	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часа).
ОФО

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	3	2	2	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
2	Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	3	2	4	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
3	PR как разновидность рекламы в СМИ	3	2	–	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
4	Реклама как один из методов воздействия на публику	3	2	4	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
5	Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	3	2	–	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
6	Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	3	2	–	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
7	Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и Mp3-изданий	3	4	2	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
8	Редакторская подготовка рекламных изданий	3	–	2	–	5	Проверка конспектов, устный опрос
9	Редакторская подготовка научных изданий и журналов	3	–	2	–	9	Проверка конспектов, устный опрос. Экзамен
Итого			16	16	–	49	Контроль 27 час.

ЗФО

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1	Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	3	1	–	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
2	Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	3	1	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
3	PR как разновидность рекламы в СМИ	3	–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
4	Реклама как один из методов воздействия на публику	3	–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
5	Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	3	1	–	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
6	Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	3	1	–	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
7	Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и Mp3-изданий	3	–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
8	Редакторская подготовка рекламных изданий	3	–	1	–	10	Проверка конспектов, устный опрос
9	Редакторская подготовка научных изданий и журналов	3	–	1	–	8	Проверка конспектов, устный опрос. Экзамен 3 ч.
Итого			4	6	–	98	Контроль 27 час.

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы ОФО

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по
-----------------------------	--	-------------------	-----------------------------

	занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		теме)
Тема 1. Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	<u>Лекция.</u> Определение места и роли службы рекламы в СМИ. Планирование работы, координация и согласование деятельности с другими подразделениями СМИ	2	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Обеспечение рекламных отделов материальными, информационными и финансовыми ресурсами, персоналом, а также заказами на рекламную продукцию	2	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	5	
Тема 2. Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	<u>Лекция:</u> Рекламные издания. Психологические аспекты работы с заказчиками рекламы. Рекламная статья как особый жанр	2	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Жанр коммерческого предложения. Криэйтор и копирайтер. Креатив в создании рекламных материалов. Видо-типологический состав рекламных изданий	4	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Рекламное объявление. Рекламное объявление. Рекламное интервью. Рекламная рецензия	5	
Тема 3. PR как разновидность рекламы в СМИ	<u>Лекция.</u> Пути воздействия рекламы. Текст рекламного произведения	2	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены	–	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Требования к рекламному тексту. Художественно-техническое оформление рекламных изданий	5	
Тема 4. Реклама как один из методов воздействия на публику	<u>Лекция:</u> Интернет как источник музыкального информирования	2	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Способы поиска и размещения информации в интернете	4	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа в интернете	5	
Тема 5. Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	<u>Лекция:</u> Редакторская работа: история, современность перспективы	2	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены.	–	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	5	
Тема 6. Книгоиздание и	<u>Лекция.</u> Издание и распространение музыкальной литературы в	2	ПК-2

музыкально-издательское дело: общая характеристика	историческом аспекте		
	<u>Практические занятия.</u> Не предусмотрены	–	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	5	
Тема 7. Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и MP3-изданий	<u>Лекция.</u> Жанровые особенности произведений, составляющих литературную основу рассматриваемых изданий; формирование основной части издания. Состав и назначение справочного аппарата, требования к отдельным его элементам. Работа редактора на завершающей стадии формирования издания, оформление изданий с учетом специфики их назначения и использования	4	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Этапы редакторской работы над текстом. Виды редакторской правки	2	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой.	5	
Тема 8. Редакторская подготовка рекламных изданий	<u>Практические занятия.</u> Особенности редакторской подготовки рекламного издания. Работа редактора над макетом издания.	2	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Особенности читательского адреса рекламных изданий. Понятие целевой группы рекламного воздействия. Оценка редактором текста, иллюстраций. Языково-стилистическое и художественно-техническое оформления рекламного издания	5	
Тема 9. Редакторская подготовка научных изданий и журналов	<u>Практические занятия.</u> Виды и жанры научных изданий. Научная монография и сборник научных трудов, состав, структура и формирование их состава, структура и формирование их части; виды сборников и учет их особенностей при редакторской подготовке. Другие виды научных изданий. Справочный аппарат научного издания, назначение его элементов, требования к их содержанию и оформлению; связь элементов аппарата с основной частью издания.	2	ПК-2

	<p><u>Самостоятельная работа.</u> Видо-типологическая характеристика журнальных изданий. Тенденции развития системы журналистских жанров. Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры. Аппарат журнального издания, его состав, характеристика элементов аппарата. Издательское оформление аппарата. Особенности издательского оформления содержания журнала и выходных сведений. Виды и функции заголовков в журнальном издании. Иллюстрация как вид информации. Виды иллюстраций. Рынок периодических изданий России. Региональный журнальный рынок (на материале Краснодарского края)</p>	9	
Курсовая работа не предусмотрена			
Контроль 27 час.			
Вид итогового контроля (экзамен)			
		ВСЕГО:	144

ЗФО

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
Тема 1. Содержание процесса организации рекламной деятельности в средствах массовой информации	<u>Лекция.</u> Определение места и роли службы рекламы в СМИ. Планирование работы, координация и согласование деятельности с другими подразделениями СМИ	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	10	
Тема 2. Место и роль рекламы в современных СМИ. Структура и виды рекламы в СМИ	<u>Лекция:</u> Рекламные издания. Психологические аспекты работы с заказчиками рекламы. Рекламная статья как особый жанр	1	ПК-2
	<u>Практические занятия.</u> Жанр коммерческого предложения. Криэйтор и копирайтер. Креатив в создании рекламных материалов. Видо-типологический состав рекламных изданий	1	
	<u>Самостоятельная работа.</u> Рекламное объявление. Рекламное объявление.	10	

	Рекламное интервью. Рекламная рецензия		
Тема 3. PR как разновидность рекламы в СМИ	<u>Практические занятия.</u> Пути воздействия рекламы. Текст рекламного произведения	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Требования к рекламному тексту. Художественно-техническое оформление рекламных изданий	10	
Тема 4. Реклама как один из методов воздействия на публику	<u>Практические занятия:</u> Интернет как источник музыкального информирования. Способы поиска и размещения информации в интернете	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа в интернете	10	
Тема 5. Редакторская деятельность в издательском деле: исторический аспект	<u>Лекция:</u> Редакторская работа: история, современность перспективы	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	10	
Тема 6. Книгоиздание и музыкально-издательское дело: общая характеристика	<u>Лекция.</u> Издание и распространение музыкальной литературы в историческом аспекте	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой	10	
Тема 7. Редакторские аспекты подготовки журналов, буклетов, CD- и MP3-изданий	<u>Практические занятия.</u> Жанровые особенности произведений, составляющих литературную основу рассматриваемых изданий; формирование основной части издания. Состав и назначение справочного аппарата, требования к отдельным его элементам. Работа редактора на завершающей стадии формирования издания, оформление изданий с учетом специфики их назначения и использования	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Работа с литературой.	10	
Тема 8. Редакторская подготовка рекламных изданий	<u>Практические занятия.</u> Особенности редакторской подготовки рекламного издания. Работа редактора над макетом издания.	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Особенности читательского адреса рекламных изданий. Понятие целевой группы рекламного воздействия. Оценка редактором текста, иллюстраций. Языково-стилистическое и художественно-техническое оформления рекламного	10	

	издания		
Тема 9. Редакторская подготовка научных изданий и журналов	<u>Практические занятия.</u> Виды и жанры научных изданий. Научная монография и сборник научных трудов, состав, структура и формирование их состава, структура и формирование их части; виды сборников и учет их особенностей при редакторской подготовке. Другие виды научных изданий. Справочный аппарат научного издания, назначение его элементов, требования к их содержанию и оформлению; связь элементов аппарата с основной частью издания.	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа.</u> Видо-типологическая характеристика журнальных изданий. Тенденции развития системы журналистских жанров. Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры. Аппарат журнального издания, его состав, характеристика элементов аппарата. Издательское оформление аппарата. Особенности издательского оформления содержания журнала и выходных сведений. Виды и функции заголовков в журнальном издании. Иллюстрация как вид информации. Виды иллюстраций. Рынок периодических изданий России. Региональный журнальный рынок (на материале Краснодарского края)	8	
Курсовая работа не предусмотрена			
Вид итогового контроля (экзамен)			
		ВСЕГО:	144

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованием ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся

В преподавании дисциплины «Рекламная и редакторская деятельность в СМИ» используется метод системно-целостного анализа. Студентам предлагаются для анализа избранные статьи из газет и журналов с предложением проанализировать их по 10 (предлагаемым) вопросам. На

каждом занятии предусматривается свободный обмен мнениями. В соответствии с темой семинарского занятия возможно прослушивание музыкальных записей.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- Проверка конспектов студентов;
- устный опрос;
- письменные индивидуальные задания;

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы;
- написание рефератов и статей по изучаемому разделу дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине проходит в форме экзамена.

6.2. Фонд оценочных средств

6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций) – не предусмотрены.

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Место и роль рекламы в СМИ.
2. Жанр коммерческого предложения. Криэйтор и копирайтер.
3. Рекламное объявление. Рекламное интервью. Рекламная рецензия.
4. Требования к рекламному тексту.
5. Знаки для внесения исправлений в оригинал.
6. Виды редакторской правки.
7. Целевая группы рекламного воздействия.
8. Макет издания.
9. Справочный аппарат издания.
10. Состав издания.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций – не предусмотрены.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине – не предусмотрены.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. В чем специфика пунктуации в рекламном тексте?
2. Каковы функции элементов разговорного стиля в тексте рекламного сообщения?
3. Перечислите способы придания удобочитаемости тексту рекламы.
4. Покажите на конкретных примерах использование стилистически окрашенной лексики в текстах рекламы.
5. Дайте характеристику работы редактора над материалами печатной политической рекламы.
6. Раскройте особенности работы редактора над материалами печатной (газетно-журнальной) рекламы потребительских товаров.
7. Покажите на конкретных примерах преимущества и недостатки газет и журналов как носителей рекламной информации.
8. Перечислите права и обязанности редактора-рекламопроизводителя.
9. Раскройте на конкретных примерах психологические приемы в рекламных текстах.
10. Оцените приемы и методы подачи информации, иллюстративный ряд рекламного сообщения. Дайте рекомендации по его улучшению.
11. Выберите вид рекламного издания, покажите его особенности, подготовьте рецензию с рекомендациями по совершенствованию рекламного сообщения.
12. Выявите рекламную идею трех конкретных (по выбору студента) рекламных сообщений – коммерческой, политической или социальной рекламы.

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ – не предусмотрены.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Аникиенко, С. В. История и теория музыкальной журналистики : учебно-методическое пособие для магистрантов, обучающихся по направлению подготовки 53.04.06 "Музыказнание и музыкально-прикладное искусство" / С. В. Аникиенко ; М-во культуры Рос. Федерации, КГИК. – Краснодар, 2017. – 90 с. – Текст (визуальный) : непосредственный.
2. Лекция о лекции : учебное пособие / Н. М. Колычев, В. В. Семченко, Г. Г. Левкин, Е. В. Сосновская ; лит. ред. Н. Н. Храбрунова ; худож. А. В. Товкес. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 128 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560696> (дата обращения: 13.01.2024). – Текст : электронный.

3. Основы музыкальной журналистики : учебное пособие / под общ. ред. Л. А. Птушко ; Министерство культуры Российской Федерации, Нижегородская государственная консерватория (академия) им. М. И. Глинки. – Нижний Новгород : Нижегородская государственная консерватория (ННГК), 2014. – 80 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=312225> (дата обращения: 18.01.2024). – Текст : электронный.ЭБС

7.2. Дополнительная литература

1. Музыкальная культура в теоретическом и прикладном измерении : сборник научных трудов / сост. и науч. ред. И. Г. Умнова, Н. В. Поморцева ; пер. с англ. О. В. Ртищевой ; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2022. – Выпуск 9. – 320 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701048> (дата обращения: 18.01.2024). – Текст : электронный. ЭБС

2. Савушкин, С. В. Типология музыкальных радиопрограмм / С. В. Савушкин. – Москва : Лаборатория книги, 2011. – 91 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140830> (дата обращения: 18.01.2024). – Текст : электронный.

7.3. Периодические издания – Медиамузыка. *Электронный научный журнал.* <http://mediamusic.esrae.ru/>

7.4. Интернет-ресурсы– не имеется.

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Самостоятельная работа студентов складывается из подготовки к аналитическим обсуждениям (письменным и устным), из просмотра визуального материала по программным произведениям, из изучения научной литературы.

7.6. Программное обеспечение

Преподавание дисциплины обеспечивается следующими программными продуктами: операционная система – Astralinux 1.6; пакет прикладных программ Р7-Офис, Libreoffice; справочно-правовые системы - Консультант +, Гарант; пакет профессиональных программ – Sibelius, Finale Academic, комплект браузеров Googlechrom, Firefox, Яндекс браузер.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Библиотечный фонд укомплектован печатными и (или) электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными преимущественно за последние 10 лет (для

дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся, а также изданиями музыкальных произведений, специальными хрестоматийными изданиями, партитурами, клавирами оперных, хоровых и оркестровых произведений, аудио-видеофондами, мультимедийными материалами согласно профилю подготовки.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 50 обучающихся.

Электронно-библиотечная система должна обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети интернет.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями должен осуществляться с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

**9. Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)
Б1.В.02 РЕКЛАМНАЯ И РЕДАКТОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СМИ
на 2025-2026 уч. год**

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

_____ ;
_____ ;
_____ ;
_____ ;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____, протокол № ____ от « ____ » _____ 202 ____ г.

Заведующий кафедрой

МКиММО/ _____ / Лацева Е.В.