

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля):

СМИ зарубежных стран

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки (специальность):

42.03.04 – «Телевидение»

Форма обучения:

очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании Ученого Совета Высшей школы (факультета) телевидения
(протокол №7 от 30.08.2023 г.)

Москва 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ имени М.В.Ломоносова образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (программ бакалавриата), утвержденным приказом ректора МГУ «Об утверждении образовательного стандарта МГУ имени М.В.Ломоносова» Утвержден приказом МГУ от 30 августа 2019 года № 1038 (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 21 декабря 2021 года № 1404, от 29.05.2023 года № 2).

Год (годы) приема на обучение: 2020, 2021, 2022, 2023.

СМИ зарубежных стран

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Дисциплина «СМИ зарубежных стран» реализуется в рамках вариативной части программы бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента.

В качестве промежуточной аттестации по дисциплине предусмотрен зачет в 8 семестре у обучающихся в очной форме обучения.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ПК-3 определяется в период государственной итоговой аттестации.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть).

Дисциплина «СМИ зарубежных стран» относится к курсам по выбору, изучается в 8 семестре на 4 курсе и опирается на теоретические и практические основы ранее пройденных дисциплин: «История зарубежной журналистики», «Теория и практика современной телевизионной журналистики».

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Код и описание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
<p style="text-align: center;">ПК-3</p> <p>способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа</p>	<p>Знает: основные формы, средства и методы разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа.</p>	<p>ПК-3.1. Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа</p>
	<p>Умеет: участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа.</p>	<p>ПК-3.2. Определяет концепцию телевизионного и мультимедийного продукта</p>
	<p>Владеет: навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере телевидения и других экранных масс-медиа.</p>	<p>ПК-3.3. Определяет формат, тематику, жанр телевизионного и мультимедийного продукта</p>
		<p>ПК-3.4. Разрабатывает режиссерский сценарий и на его основе осуществляет предэфирную подготовку</p>
		<p>ПК-3.5. Планирует хозяйственную деятельность по созданию телевизионного и</p>

		<p>мультимедийного продукта</p> <p>ПК-3.6. Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере телевидения и других экранных масс-медиа</p> <p>ПК-3.7. Реализует проект в сфере телевидения и других экранных масс-медиа и несет ответственность за результат</p>
--	--	--

4.Формат обучения – очная форма.

5.Объем дисциплины (модуля) составляет 1 з.е., 36 часов, в том числе 18 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 18 академических часа на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

Наименование и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе						
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем)					Самостоятельная работа обучающегося, часы	
		Виды контактной работы, часы					Часы	Вид самостоятельной работы
<i>Лекции</i>	<i>Лабораторные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	Всего				
Тема 1. Введение в тему	4	2				2	2	Тестирование
Тема 2. СМИ Великобритании	5	1			2	3	2	Тестирование

Тема 3. ТВ и интернет Великобритании	5	2			1	3	2	Тестирование
Тема 4. СМИ Франции	5	1			2	3	2	Тестирование
Тема 5. СМИ Германии	5	1			2	3	2	Тестирование
Тема 6. СМИ Италии	6	1			1	2	4	Тестирование
Тема 7. СМИ США	6	1			1	2	4	Тестирование
Зачет								
Итого	36	9			9	18	18	

6. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в тему

Изменения в СМИ за последние 20 с лишним лет. Стираются различия между разными видами масс-медиа: интернет стал здесь Великим уравнивателем, как в 19 веке револьвер Сэма Кольта в США. Все СМИ обзавелись своими представительствами в сети. На их страницах, будь то газета, радиостанция и, тем более, телепрограмма или канал, обязательно присутствуют видеосюжеты. При этом зачастую «музыку заказывают» не журналисты, а владельцы коммуникационных компаний, которым нужна не столько журналистика, сколько наполнение контентом их коммуникационных каналов. Новое порождение интернета – социальные сети – еще не нашло свое место в классификации СМИ, но уже получило свои особенности от Америки до Китая. И хотя классическая газетная страна Великобритания отличается своими средствами массовой информации от телевизионной страны Италия, есть общая тенденция выстраивания медиаимперий вокруг знаменитых старых брендов, в частности, газетных. Мой курс первоначально назывался «СМИ Европы в 21 веке». В нем не было США и Китая. Все различия между СМИ внутри двух групп, с одной стороны, США и Западная Европа, с другой Россия и Китай, стираются, но возрастают между этими двумя группами. Было бы нелогично проигнорировать наиболее активные в мировом медийном пространстве американские СМИ и самые масштабные в мире СМИ Китая.

Тема 2. СМИ Великобритании

В начале 21 века в Великобритании отмечают следующие тенденции: возрастает роль телевидения по сравнению с падением роли радио, увеличивается количества местных и региональных газет, растут тиражи бесплатной прессы и уменьшаются тиражи центральной. Бросается в глаза банализация содержания печатных изданий и вещания. Парадоксально, но посещаемость сайтов качественных газет превысила посещаемость сайтов популярных изданий. Были созданы теле и радиоканалы, специализирующиеся

только на информации. Этот феномен получил название «rolling news», круглосуточные новости. Продолжается концентрация масс-медиа и проникновение в этот бизнес международных корпораций. В настоящее время американский медиаконгломерат News Corp медиамагната Руперта Мердока (Rupert Murdoch), является крупнейшим частным владельцем британских СМИ. В 21 веке информационное агентство и медиахолдинг ThomsonReuters превратился в IT-компанию.

Тема 3. ТВ и интернет Великобритании

Технологическая революция и политическая реформа 90-х («новые лейбористы Тони Блэра (1997-2007) привели к отказу от опоры на Би-би-си как образца британского вещания и к окончательному переходу от государственного монополизма в сфере телевидения к коммерческому телерынку. Началась специализация коммерческого вещания, которая при всем его разнообразии парадоксально привела к последующему упрощению его содержания. Крупнейший спутниковый телеканал Sky UK, на 50 % принадлежавший Руперту Мердоку, в 2018 году был куплен американским телекоммуникационным конгломератом Comcast. Тенденция к открытию британских рынков глобалистским направлениям ведет к их дерегулированию и увеличению количества иностранных владельцев вещательных корпораций. В июне 2021 в Великобритании запущен новый телеканал Great Britain News, которым владеет компания All Perspectives Ltd. Ее акционеры из Мальты, Британии и Новой Зеландии живут в Объединенных Арабских Эмиратах (ОАЭ). Четвертый акционер – Discovery Eupore. Канал имеет националистическую окраску.

Тема 4. СМИ Франции

В 21 веке деятельность французских инвесторов стала двигаться в сторону идеи комбинировать телеком, цифровые и мультимедийные технологии с прессой. В 2018 году сенсацией стала покупка известнейшей французской газеты Мوند чешским миллиардером Даниэлем Кретински. Сегодня из 49 каналов французского телевидения 8 являются собственностью государства. Этими каналами управляет государственный холдинг France Télévisions, финансируемый абонентской платой и собственными заработками. Реформа 2009 года изменила телевещание, запретив размещение рекламы на государственных каналах с 20.00 до 6.00 и позволив президенту республики назначать главу Франс-Телевизьон. Во Франции существуют квоты на показ и производство национальной и европейской телепродукции (благодаря им рынок Франции является наиболее защищенным от внешней экспансии). Стремление французского государства контролировать СМИ, использовать их политическое влияние просматривается в большей степени, чем в других странах Европы. Во Франции первое место среди телекоммуникационных компаний, предоставляющих телевидение по интернету, занимает группа Orange - La TV d'Orange (Ла ТВ д'Оранж). В 2019 американский гигант электронной коммерции Амазон запустил во Франции 14 платных каналов видео по запросу (VOD), составив конкуренцию Оранж ТВ.

Тема 5. СМИ Германии

На структуру рынка печатных СМИ Германии повлиял сильнейший рекламный кризис, охвативший в новом тысячелетии все печатные СМИ Европы. Немецкий рынок периодических изданий – самый большой в Европе и пятый в мире. Он считается одним из самых стабильных. Количество «независимых редакторских единиц» (так в Германии называют редакции, в которых отделы самостоятельно производят все материалы без перепечаток) остается относительно постоянным последние 10 лет, хотя доходы печатных изданий от рекламы упали на 60% с 2010 по 2016. Таких «публицистических единиц» в 2002 году в Германии насчитывалось всего 130. Наряду с общегерманскими каналами ДВ, АРД и ЦДФ в Германии имеются 10 публично-правовых телерадиокомпаний: 7 созданы на базе земельных законов о радио- и телевещании, а 3 - на основе государственных договоров между землями. В настоящее время ТВ Германии имеет публично-правовую и частную составляющую. Каналы ARD и ZDF содержатся за счет налогоплательщиков и имеют значительные ограничения на показ рекламы. Британский пример ВВС послужил эталоном, только с некоторыми поправками. ВВС осуществляет централизованное вещание, в Германии же ответственность поделена между Землями (Länder). В Германии существует более 500 информационных агентств, которые занимаются сбором общественно-политической информации. Самое крупное – ДПА («Дойче прессе агентур»). В Германии существует закон, по которому каждый, у кого есть веб-страничка с содержанием, не отвечающим на 100% личному потреблению (то есть для друзей и семьи) должен завести страничку «Импрессум», что означает «Отпечаток», содержащую имя владельца веб-сайта и полный почтовый адрес.

Тема 6. СМИ Италии

Две особенности характеризуют итальянский медиа пейзаж сегодня. Первая особенность: телевидение и пресса переполнены политикой. Вторая особенность: в итальянских медиа доминирует телевидение. Италия занимает второе место в мире (после США) по количеству телестанций. Телевидение регулярно смотрят 89% итальянцев, радио слушают - 43%, ежедневные газеты читают 34%. В 2015 году 170 итальянских телеканалов являлись бесплатными и 244 – платными. Считается, что именно платным или бесплатным доступом определяется как горизонтальная, так и вертикальная дифференциация телеканалов, характерная для настоящего времени. В 2019 на первое место однозначно вышел платный спутниковый канал Sky Italia (150 программ). Распределение аудитории выглядела следующим образом: Comcast/Sky Italia (34,6%), RAI (27,6%) (государство) и Fininvest/Mediaset (25,2%) (Берлускони). В Италии переход на цифровое телевидение начался в 2004 году, а завершился в июле 2012 года. В 2020 году самым популярным телеканалом в Италии был РАИ-1 государственного телевидения. Флагман телегруппы Берлускони Медиасет – Канале 5 – был на втором месте. 62% от всего населения Италии имеет доступ в Интернет. Но на новые медиа приходится всего 11% рекламного рынка. В цифровой иерархии стран Евросоюза Италия находится на 25 месте.

Тема 7. СМИ США

Специфика СМИ США в том, что в стране нет государственных средств массовой информации, за исключением вещающих только на зарубежные государства. Формально деятельность прессы никем практически не регулируется. В США нет специального закона о прессе. В течение десятилетий в середине 19 века. Журналистика характеризовалась низким уровнем связей с политическими партиями. Доминировала так называемая «объективная норма» журналистской этики. В последние годы многие важные элементы стабильной медиасистемы конца 20 века были разрушены экономическими, технологическими и политическими изменениями. В 1949 Федеральная комиссия связи (ФКС) приняла так называемую Доктрину справедливости, в соответствии с которой владельцы лицензий на трансляцию должны были предоставлять публике спорные темы общественного значения и делать это так, чтобы отражать разные точки зрения. В 1985 ФКС под руководством бывшего сотрудника предвыборной кампании республиканца Рейгана выпустила доклад, в котором говорилось, что Доктрина справедливости нарушает общественные интересы и нарушает право на свободу слова. В 1987 ФКС упразднила эту доктрину. В 1991 попытка возродить доктрину была торпедирована республиканским президентом Бушем-старшим. В 2011 году Доктрина была окончательно отменена в соответствии с приказом президента демократа Обамы. Этим было положено начало конца объективной независимой журналистики в США. Огромную роль в разрушении принципов объективной журналистики сыграла война американских СМИ против Трампа (2017-2021). Изменились функции журналистики: она не столько информирует, сколько поляризует и разжигает розни. По этим стандартам СМИ США сейчас освещают политику России и ее жизнь в целом. Ведущими медиакомпаниями США в 2021 году являлись Дисней, Комкаст, CBSViacom Ньюс Корпорейшн. Что касается телевидения, то здесь лидируют 4 основные вещателя: CBS (принадлежит Viacom), NBC (принадлежит Комкаст), ABC (принадлежит Дисней) и Fox (Ньюс Корпорейшн). В экранном медиа соперничество идет уже не в телесетях, а среди приложений в сети интернет. Самым важным инструментом журналистики в мире и, в первую очередь, в США теперь считается так называемый искусственный интеллект. Альтернативой традиционному телевидению становятся стриминговые видеосервисы. Информационное агентство США Ассошиэйтед Пресс (АП) - одно из четырех мировых агентств (Рейтер, АФП, АП, ТАСС).

Тема 8. СМИ Китая

Рубеж 20-21 веков характеризуется бурным развитием средств массовой информации в Китае. Это связано, прежде всего, с реформами открытости Китая. Деятельность СМИ регулируется Китайской Администрацией Интернета, Главной Администрацией Прессы и Издательств и Администрацией Национального Радио, Кино и Телевидения. В Китае на данный момент заблокированы такие известные веб-сайты, как «Facebook», «YouTube», «Google», «Instagram» по причине несоблюдения законодательства КНР. В КНР более 330 миллионов пользователей Интернета, а количество мобильных телефонов превышает 700 миллионов. Приказ Министерства торговли Китайской Народной Республики КНР от 23 июня 2020 г. запрещает иностранные инвестиции в сферах редактирования, публикации и производства аудиовизуальной продукции и электронных публикаций, инвестиции в кинопроизводственные компании, дистрибьюторские компании, кинокомпании. Несмотря

на развитие электронных СМИ, огромную роль играют и печатные издания. За последние 50 лет число китайских газет увеличилось в 11 раз. China Daily – (Женьминь жибао) китайская ежедневная общественно-политическая газета. Газета издается ЦК КПК на 13 языках. Информационное агентство «Синьхуа» - является официальной китайской службой новостей. Синьхуа – первое информационное агентство в мире, открывшее свой новостной телеканал в 2009 году. В Китае телевидение, несмотря на доминирование Интернета, остается самым массовым инструментом для распространения информации. Сегодня в стране более 3000 телеканалов, десятки тысяч программ, более 280 телестанций. Центральное место в истории развития китайского телевидения занимает CCTV, Центральное телевидение Китая. По данным на 2010 г. в Китае было более 2800 частных компаний по производству телепрограмм. Размер рынка китайских телесериалов вырос с 2015 по 2019, в 14 раз. 10 сентября 2009 года CCTV начало вещание своего русскоязычного канала. По состоянию на 15 апреля 2021 года CGTN имеет 110 миллионов пользователей в Facebook, что превосходит основные западные СМИ, такие как BBC и CNN, и становится новостным СМИ с самым большим в мире количеством пользователей на платформе Facebook. В 2017 большая команда российского канала Первый и китайского Центрального ТВ запустили российский телеканал «Катюша», вещающий в Китае на русском языке с китайскими субтитрами. Основной контент канала - российские и советские культурные, познавательные и просветительские программы и фильмы.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Примерный перечень тем для проведения промежуточного контроля

1. Изменения в СМИ за последние 20 с лишним лет.
2. Виды масс-медиа
3. СМИ Великобритании.
4. Банализация содержания печатных изданий и вещания.
5. Феномен «rolling news».
6. Агентство и медиахолдинг ThomsonReuters.
7. ТВ и интернет Великобритании.
8. Технологическая революция и политическая реформа 90-х
9. Специализация коммерческого вещания.
10. Новый телеканал Great Britain News.
11. СМИ Франции.
12. Государственный холдинг France Télévisions.
13. Группа Orange - La TV d'Orange (Ла ТВ д'Оранж).

14. СМИ Германии
15. Рекламный кризис.
16. Каналы ARD и ZDF.
17. Агентство ДПА («Дойче пресе агентур»).
18. Страничка «Импрессум».
19. СМИ Италии
20. Итальянский медиа пейзаж сегодня.
21. Спутниковый канал Sky Italia.
22. Переход на цифровое телевидение.
23. Популярны1 телеканал в Италии был РАИ-1 государственного телевидения.
24. Медiasет – Канале 5.
25. СМИ США
26. «Объективная норма» журналистской этики.
27. Доктрина справедливости.
28. Война американских СМИ против Трампа (2017-2021).
29. Ведущие медиакомпании США Дисней, Комкаст, CBSViacom Нюс Корпорейшн.
30. Искусственный интеллект.
31. Стриминговые видеосервисы.
32. Информационное агентство США Ассошиэйтед Пресс (АП).
33. СМИ Китая.
34. Реформы открытости Китая.
35. Китайская Администрация Интернета, Главная Администрация Прессы и Издательств и Администрация Национального Радио, Кино и Телевидения.
36. Запрет иностранных инвестиций в сферах редактирования, публикации и производства аудиовизуальной продукции и электронных публикаций.
37. China Daily – (Женьминь жибао) китайская ежедневная общественно-политическая газета.
38. Информационное агентство «Синьхуа».
39. CCTV - центральное телевидение Китая.
40. Российский телеканал «Катюша», вещающий в Китае на русском языке с китайскими субтитрами.

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)				
Оценка	2	3	4	5
РО и соответствующие виды оценочных средств				
Знания (виды оценочных средств: устные и письменные опросы и контрольные работы, тесты, и т.п.)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
Умения (виды оценочных средств: практические контрольные задания, написание и защита рефератов на заданную тему и т.п.)	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Успешное и систематическое умение
Навыки (владения, опыт деятельности) (виды оценочных средств: выполнение и защита курсовой работы, отчет по практике, отчет по НИР и т.п.)	Отсутствия навыков (владений, опыта)	Наличие отдельных навыков (наличие фрагментарного опыта)	В целом, сформированные навыки (владения), но используемые не в активной форме	Сформированные навыки (владения), применяемые при решении задач

8. Ресурсное обеспечение:

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. История мировой журналистики / А. Г. Беспалова, Е. А. Корнилов и др. — М., 2003.
2. Быков, А. Ю. Современная зарубежная журналистика: конспект лекций / А. Ю. Быков. — Екатеринбург, 2003.
3. Ворошилов, В. В. История журналистики зарубежных стран / В. В. Ворошилов. — СПб., 2000.
4. Данилина, Т. М. История зарубежной журналистики: курс лекций / Т. М. Данилина. — URL: <http://kgu-journalist.ucoz.ru/load/4-1-0-99>
5. Быков, А. Ю. История зарубежной журналистики: учебник для бакалавров / А. Ю. Быков, Е.С. Георгиева, С. А. Михайлов; под общ. ред. С.А. Михайлова. — М., 2014.

Дополнительная литература:

1. Козлова, М. М. История журналистики зарубежных стран: учеб. пособие / М. М. Козлова. — Ульяновск, 1999.
2. Лекции по истории зарубежной журналистики. — URL: http://history-journal.ru/index.php?request=list_category&id=424
3. Михайлов, С. А. Современная зарубежная журналистика: учебник / С. А. Михайлов. — СПб., 2005.
4. Михайлов, С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы / С. А. Михайлов. — СПб., 2002.
5. Пруцков, Г. В. История зарубежной журналистики 1923–2013 / Г. В. Пруцков. — М., 2013.

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения (при необходимости):

Microsoft Windows 10
Microsoft Office 2019
Adobe Photoshop
Adobe Audition
Adobe After Effects
Adobe Premier

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Polpred.com – Обзор СМИ https://www.polpred.com/	База данных с рубрикатором: 53 отрасли / 600 источников федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 10 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам.
--	---

<p>Бюро ванДайк (BvD) https://www.bvdinfo.com/ru/home?utm_campaign=search&utm_medium=cpc&utm_source=google</p>	<p>Бюро ванДайк (BvD) публикует исчерпывающую информацию о компаниях России, Украины, Казахстана всего мира, а также бизнес-аналитику.</p>
<p>Университетская информационная система РОССИЯ https://uisrussia.msu.ru/</p>	<p>Тематическая электронная библиотека и база данных прикладных исследований в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений, права.</p>
<p>Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/</p>	<p>Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общественности, коммерческих организаций предпринимателей, международных организаций разнообразной, объективной и полной статистической информации – главная задача Федеральной службы государственной статистики. Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.</p>
<p>Научная электронная библиотека Elibrary http://elibrary.ru/</p>	<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины, образования, содержащий рефераты и полные тексты более 26 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научных технических журналов, из которых более 4800 журналов открытого доступа</p>
<p>портал Электронная библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/</p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций, авторефератов, находящихся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых происходит просмотр электронных диссертаций, авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>Сайт Института научной информации по общественным наукам РАН.</p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объем массивов составляет более 3 млн 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодно</p>

<p>http://www.inion.ru</p>	<p>прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языков поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифрами хранения и ссылками на полные тексты источников Научной электронной библиотеки.</p>
<p>Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – http://www.edu.ru</p>	<p>Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования науки. Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий, информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными репортажи и аналитические статьи. Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.</p>

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости):

1. Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>;
3. Научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gnpbu.ru>;
4. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>;
5. www.evartist.ru – электронная библиотека факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова;
6. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>; <http://koob.ru>; <http://ihtik.lib.ru>; <http://elibrary.ru>;
7. Федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru;
8. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>;
9. Библиотека Гумер (гуманитарные науки) <http://www.gumer.info/>;
10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/for-individuals/>;
11. НЭБ «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/>;
12. Справочно-информационный портал www.gramota.ru;
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) <http://elibrary.rsl.ru/>;
14. Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>;
15. http://www.erudition.ru/referat/printref/id.25504_1.html (Российская Электронная Библиотека «Эрудит»).

8.5. Описание материально-технического обеспечения:

Ауд. 658

Стол преподавательский (2 шт.), стул преподавательский (1 шт.), сервер (1 шт.), парта ученическая одноместная (33 шт.), скамья ученическая (19 шт.), стул ученический (5 шт.), проектор (2шт.), доска интерактивная (1 шт.), планшет (1 шт.), часы (1 шт), ТВ 50(1 шт.) аудиоколонки (2 шт.), видеокамера (2 шт.), доска маркерная/меловая (1 шт.), компьютер PC (22 шт.), список ПО на компьютерах PC Microsoft Windows 7 Starter OA CIS and GE, Apache OpenOffice 4.1.7, Google Chrome, , Adobe Reader DC, VLC Media Player, компьютер MAC MINI (1 шт.), список ПО на компьютерах MAC MINI Mac OS, Apache OpenOffice, Google Chrome, , Adobe Reader DC, VLC Media Player, огнетушитель (1 шт.) , система оповещения (1 шт.)

Для самостоятельной работы

Библиотека ауд. 665

Стол преподавательский (1 шт.), кресло преподавательское (1 шт.), стол одноместный (16 шт.), стул (16 шт.), часы (1шт.),стеллаж книжный (12 шт.), шкаф книжный (4 шт.), шкаф стеклянный (2 шт.), подставка газетная (1 шт.), лестница (1шт.), доска меловая (1 шт.), компьютер iMAC(1 шт.), компьютер PC (1 шт.), компьютер (1 шт.), список ПО на компьютерах PC Microsoft Windows 7 Starter OA CIS and GE, Apache OpenOffice 4.1.7, Google Chrome, , Adobe Reader DC, VLC Media Player, принтер Samsung ML 2510, карта Мира (1 шт.), огнетушитель (1 шт.), система оповещения (1 шт.).

Ауд. 655/656

Стол преподавательский (2 шт.), стул преподавательский (1 шт.), стол одноместный (18 шт.), стул (18шт.), ТВ Samsung 50 (1шт.), стойка для проектора (1 шт.), компьютер IMAC 21 (18 шт.), компьютер IMAC 27 (1 шт.), список ПО на компьютерах IMAC Mac OS 10.11, Apache OpenOffice, Google Chrome, Adobe Reader DC, VLC Media Player, тумба для бумаг (1 шт.), огнетушитель (1 шт.), система оповещения (1 шт.).

9. Язык преподавания.

Преподавание дисциплины «СМИ зарубежных стран» осуществляется на русском языке.

10. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступление с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,

- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

Факультет устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

11. Автор (авторы) программы.

Автор рабочей программы по дисциплине «СМИ зарубежных стран»: кандидат экономических наук Н.Н. Хорунжий.