ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна

Департамент медиа

Программа дисциплины

«Технологии медиапроизводства»

для направления 42.04.02 «Журналистика»

Магистерская программа «Менеджмент в СМИ»

1 курс

Автор программы: А.В.Шариков

asharikov@hse.ru

Рекомендовано секцией УМС

Секция _____

Председатель

_____

«____»_____2014 г.

Одобрено на заседании Департамента медиа

Зав. департаментом_____

Т.Б.Тихомирова

«____»_____2014 г.

Утверждено УС факультета

_____

Ученый секретарь

_____

«____»_____2014 г.

Москва, 2014

Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения разработчика программы.

1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 42.04.02 «Журналистика», обучающихся по магистерской программе «Менеджмент в СМИ», изучающих дисциплину «Технологии медиапроизводства».

Программа разработана в соответствии с:

- Стандартом НИУ ВШЭ по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика
- Образовательной программой по направлению 42.04.02 Журналистика подготовки магистра «Менеджмент в СМИ»
- Рабочим учебным планом университета по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным в 2014 г.

2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Технологии медиапроизводства» являются, во-первых, знакомство с основными технико-технологическими элементами, необходимыми для работников СМИ (в области полиграфии, фото- и кинопроизводства, теле- и радиовещания, компьютерных и интернет-технологий и др.); во-вторых, углубление знаний в данной сфере для студентов, изучавших курсы технико-технологического цикла на уровне бакалавриата/специалитета; в–третьих, знакомство с основными организационно-технологическими средствами, обеспечивающими эффективное управление медиапредприятиями (компьютерная поддержка структур, занимающихся решением экономических, юридических, кадровых, маркетинговых задач).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать основные принципы технологий: в полиграфическом производстве, производстве фото- и киноматериалов, в создании аудиальной и аудиовизуальной продукции, в процессах теле- и радиовещания, производстве компьютерных и интернет-материалов.
- Знать основные технологические процессы медиапроизводства и технические средства поддержки эффективного управления им.

- Уметь выстроить технологические цепочки в основных сегментах медиапроизводства и подобрать необходимые средства для их реализации.
- Иметь навыки использования электронных таблиц для организации необходимых расчетов и построения графиков.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	**Код по ФГОС/ НИУ**	**Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)**	**Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции**
Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности	СК-М6	• Знает и распознает основные компоненты технологий в медиапроизводстве • Различает исторические периоды и этапы возникновения различных видов технологии медиа • Способен идентифицировать названия технологических направлений и соответствующие им профессиональные термины. • Способен самостоятельно осуществлять поиск информации в профессиональной литературе, отраслевых периодических изданиях, на специальных сайтах	• Чтение основной и дополнительной литературы • Упражнения в ходе семинарских занятий • Написание эссе • Подготовка сообщений, презентаций по основным направлениям в технологиях медиапроизводства • Экскурсии в музеи, на выставки и медиапредприятия
Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде	СК-М8	• Демонстрирует владение признанной терминологией в области технологий медиапроизводства на международном уровне. • Демонстрирует способности усваивать профессиональную литературу на иностранном языке	• Чтение основной и дополнительной литературы на иностранных языках • Написание рефератов по зарубежным источникам • Подготовка сообщений о технологиях на основе зарубежных источников
Способен определять, транслировать общие цели в профессиональной и социальной деятельности	СЛК-М3	• Способен сформулировать цели и задачи для организации технологических процессов в основных сегментах медиапроизводства • Способен выбрать основные технико-технологические средства для организации технологических процессов в основных сегментах медиапроизводства	• Чтение основной и дополнительной литературы • Упражнения в ходе семинарских занятий • Написание эссе • Подготовка сообщений, презентаций по технологиям медиапроизводства • Решение кейсов
Способен создавать, описывать и ответственно контролировать выполнение технологических требований и нормативов в профессиональной деятельности	СЛК-М9	• Способен выстроить технологические цепочки в основных сегментах медиапроизводства • Способен выбрать необходимые средства для реализации технологических цепочек в основных сегментах медиапроизводства • Способен выбрать необходимые способы контроля за технологиче-	• Чтение основной и дополнительной литературы • Упражнения в ходе семинарских занятий • Написание эссе • Подготовка сообщений, презентаций по технологиям медиапроизводства • Решение кейсов

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
		скими процессами в основных сегментах медиапроизводства • Способен выбрать основные технико-технологические средства для организации эффективного управления медиапроизводством	
Способен найти нужную информацию в профессиональных базах данных .	ИК-М 4.2 Ж	• Демонстрирует знание основных программных продуктов, связанных с базами данных в области управления медиапроизводством • Обладает навыками поиска профессиональной информации в области технологий медиапроизводства	• Чтение специальной литературы • Выполнение упражнений в ходе практических занятий • Написание рефератов и и эссе
Способен подготовить презентацию с описанием технико-технологических процессов, в том числе для студенческой аудитории для целей преподавания	ИК-М 4.2	• Способен подготовить презентацию с использованием различных видов визуализации • Умеет строить графики и диаграммы на основе баз данных и использовать их в презентациях • Способен облекать подготовленные образовательные материалы в форму готовых презентаций	• Чтение специальной литературы • Выполнение упражнений в ходе практических занятий • Подготовка сообщений, презентаций по информационному обеспечению в области технологий медиапроизводства

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

В контексте магистерской программы «Менеджмент в средствах массовой информации» департамента медиа факультета коммуникаций, медиа и дизайна учебный курс «Технологии медиапроизводства» выступает в роли дисциплины программы базовой части.

Прохождение курса «Технологии медиапроизводства» предполагает, что часть студентов ознакомлена с рядом учебных курсов, изучаемых в бакалавриате или специалитете факультетов журналистики, в частности такими дисциплинами, как: «Техника и технология печатных изданий, радиовещания и телевидения», «Информационные технологии подготовки печатных и электронных СМИ», «Интернет-СМИ» и др. В то же время студенты, поступившие в магистратуру с других факультетов, не изучали эти дисциплины, что влечёт за собой необходимость ввести основные содержательные блоки данных учебных курсов в структуру «Технологий медиапроизводства».

Курс «Технологии медиапроизводства» призван вывести на новый уровень обобщения представления студентов о технологиях в широком понимании и об их использовании на медиапредприятиях с позиций управления.

4. Тематический план учебной дисциплины (1-2 модули)

№	Наименование темы	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Практич. занятия	
1	2	3	4	5	6
1	**Часть 1. Понятие "технология" в контексте управления. Специфика технологий в медиасфере. Краткая история развития технологий в медиасфере и их современное состояние.**	**22**	**22**		
1.1	Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере.	2	2		
1.2	Производство печатной продукции. Краткая история развития полиграфического производства и его современное состояние.	2	2		
1.3	Производство фотографической продукции. Краткая история развития технологий фотографии и их современное состояние.	2	2		
1.4	Кинопроизводство. Краткая история развития технологий кинопроизводства и их современное состояние.	2	2		
1.5	Звукозапись. Краткая история развития технологий звукозаписи и их современное состояние.	2	2		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1.6	Радиовещание. Краткая история развития технологий радиовещания и их современное состояние.	2	2		
1.7	Телевизионное вещание. Краткая история развития технологий телевизионного вещания и их современное состояние. Способы распространения телевизионных программ. Аналоговое и цифровое	2	2		

	телевизионное вещание. Проблемы перехода на цифровое телевизионное вещание.				
1.8	Видеозапись. Краткая история развития технологий видеозаписи и их современное состояние и перспективы развития видеозаписи.	2	2		
1.9	Компьютерные технологии. Краткая история развития компьютерных технологий и их современное состояние.	2	2		
1.10	Интернет-технологии. Краткая история развития Интернет-технологий и их современное состояние.	2	2		
1.11	Мобильная связь как технологическая платформа электронных СМК. Краткая история развития технологий мобильной связи и их современное состояние.	2	2		
2	**Часть 2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства и медиадистрибуции.**	**62**	**38**		**24**
2.1	Основные технологические процессы производства и дистрибуции книжной продукции.	2	2		
2.2	Основные технологические процессы производства фотопродукции.	2	2		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
2.3	Основные технологические процессы производства и дистрибуции газетной и журнальной продукции.	4	2		2
2.4	Основные технологические процессы производства и размещения рекламы в газетах и журналах.	4	2		2
2.5	Основные технологические процессы производства звукозаписи.	2	2		

2.6	Основные технологические процессы производства радиопрограмм.	4	2		2
2.7	Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на радио.	4	2		2
2.8	Основные технологические процессы эфирного программирования на радио, хранения записи радиопередач и их выпуска в эфир. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм.	4	2		2
2.9	Основные технологические процессы кинопроизводства.	4	2		2
2.10	Основные технологические процессы производства видеозаписи.	2	2		
2.11	Основные технологические процессы производства телевизионных программ.	4	2		2
2.12	Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на телевидении.	4	2		2
2.13	Основные технологические процессы эфирного программирования на телевидении, хранения видеоархивов и их использования в редакционной деятельности. Основные технологические операции дистрибуции телепрограмм.	4	2		2
2.14	Технологии производства компьютерной продукции широкого использования.	2	2		
2.15	Основные технологические процессы производства Интернет-сайтов.	4	2		2
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
2.16	Основные технологические процессы производства и размещения рекламы в Интернете.	4	2		2
2.17	Технико-технологические процессы управления на медиапредприятиях и их основные функции.	4	4		

2.18	Основные технико-технологические процессы в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях.	4	2		2
3	**Часть 3. Изучение программы "Microsoft Excel" как широко распространённой в практике управления.**	**24**		**24**	
3.1	Программа "Microsoft Excel" как основной инструмент анализа цифровой информации на медиапредприятиях. Базовые операции программы "Microsoft Excel". Построение графиков, круговых диаграмм, столбиковых диаграмм, диаграмм рассеяния.	8		8	
3.2	Элементы статистического анализа и их реализация в сфере медиаисследований с помощью программы "Microsoft Excel". Построение трендов. Корреляционный анализ и его использование для анализа данных.	8		8	
3.3	Анализ аудитории и его использование в практике СМИ с помощью программы "Microsoft Excel". Построение позиционных карт СМИ. Расчёт погрешности аудиторных показателей. Построение простейших прогнозных моделей поведения аудитории.	8		8	
	Итого	**108**	**60**	**24**	**24**

5. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	Кафедра	Параметры
Текущий	Эссе	Департамент медиа	Стандартный объем
Итоговый	Экзамен	Департамент медиа	В устной форме

5.1. Критерии оценки знаний, навыков

Эссе представляет собой самостоятельное сочинение по одной из тем, изучаемых в ходе курса. При оценке работ учитывается:

- самостоятельность работы
- умение оперировать основными понятиями курса.

Объем эссе – не менее 5 страниц стандартного формата (MC Word, 14 кегль, 1,5 интервала, отступ - 2 см справа и слева).

Итоговый экзамен проверяет все компетенции по курсу и проводится устно.

5.2. Порядок формирования оценок по дисциплине

Контроль знаний студентов осуществляется с учетом нескольких позиций, а именно:

- оценка за экзамен
- оценка за эссе
- посещаемость занятий;
- работа студента на семинарах и вне аудиторных занятий в предметной сфере курса.

Итоговая оценка, выставляемая в ведомость, рассчитывается по формуле:

$$\textbf{Ои} = 0{,}5*\textbf{Оэкз.} + 0{,}2*\textbf{Оэс.} + 2*(\textbf{П}/\textbf{N}) + \textbf{Б},$$

Где **Ои** – итоговая оценка по 10-бальной шкале,
Оэкз – оценка за экзамен по 10-бальной шкале,
Оэс – оценка за эссе по 10-бальной шкале,
П – посещаемость занятий, т.е. число посещенных студентом занятий;
N – число состоявшихся занятий по курсу в данной группе.
Б – бонус, величина которого может принимать значения от 0 до +3, в зависимости от активности работы студента на семинарах и дополнительной работы в предметной сфере курса; ставится по усмотрению преподавателя.

Итоговая оценка знаний студентов выставляется в соответствии со следующей шкалой:

0 – 3 балла	«неудовлетворительно»
4 – 5 баллов	«удовлетворительно»
6 – 7 баллов	«хорошо»
8 – 10 баллов	«отлично»

Указанная шкала формирования итоговой оценки применяется только при положительном результате на экзамене (оценка не ниже 4 баллов). В противном случае независимо от итоговой суммы баллов работа студента оценивается «неудовлетворительно».

6. Содержание дисциплины

№ темы	Содержание темы
1	2
Часть 1 22 часа	**Понятие "технология" в контексте управления. Специфика технологий в медиасфере. Краткая история развития технологий в медиасфере и их современное состояние.**
Тема 1.1 2 часа	**Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере**. Понятие технологии. Виды технологий. Инженерно-технические и гуманитарные технологии. Технология как структурный процесс производства и объект управления. Основные компоненты технологических процессов: исходные ресурсы, субъекты производства, технологические операции, продукт, контроль за качеством продукта и др. Технологии в медиасфере. Виды медиатехнологий. Инженерно-технические и гуманитарные медиатехнологии. Их роль в современном мире. Технологии медиапроизводства и медиадистрибуции. Технологии в обеспечении процесса управления медиапредприятием.
1	2
Тема 1.2 2 часа	**Производство печатной продукции. Краткая история развития полиграфического производства и его современное состояние.** Производство печатной продукции. Виды технологий производства печатной продукции. Краткая история развития полиграфического производства в мире и в России. Изобретение первого печатного станка для массового производства книг Иоганна Гуттенберга. Первый в России "печатный двор" Ивана Фёдорова. Хронология развития технологий печатного производства. Полиграфические процессы: допечатные, печатные и послепечатные процессы.

	Способы печати: офсетная печать (традиционная и цифровая), цифровая тонерная печать, другие способы печати. Основные цветовые системы в полиграфии. Виды воспринимающей поверхности. Типы бумаги. Современное состояние и перспективы развития полиграфического производства в России.
Тема 1.3 2 часа	**Производство фотографической продукции. Краткая история развития технологий фотографии и их современное состояние**. Производство фотографической продукции. Краткая история развития технологий фотографии в мире и в России. Первые разработчики фотографии - Ж.Н.Ньепс, Л.Ж.М.Дагер. Первые российские фотографы - А.Ф.Греков, С.Л.Левицкий. Аналоговая и цифровая фотография. Плёночная фотография. Аналоговые фотографические процессы: подготовка к съемке, съёмка, проявление плёнки, изготовление фотоотпечатков. Двойная экспозиция. Фотомонтаж. Цифровые фотографические процессы: подготовка к съемке, съёмка, изготовление фотоотпечатков. Хранение и передача цифрового фотоизображения. Современное состояние производства фотографической продукции. Виды фотопродукции и технологии их производства. Перспективы развития технологий фотографии.
Тема 1.4 2 часа	**Кинопроизводство. Краткая история развития технологий кинопроизводства и их современное состояние**. Технологии кинопроизводства. Виды кинематографической продукции и технологии их производства: документальные и игровые (постановочные) фильмы, анимация (мультипликация). Краткая история развития технологий кино в мире и в России. Изобретение братьев Люмьер. Первые российские фильмы. Современное состояние и перспективы развития технологий кинематографа.
Тема 1.5 2 часа	**Звукозапись. Краткая история развития технологий звукозаписи и их современное состояние**. Технологии звукозаписи. Виды звукозаписи как продукта и как технологий. Краткая история развития технологий звукозаписи в мире и в России. Монофоническая и стереофоническая звукозапись. Современное состояние и перспективы развития звукозаписи в России.
1	**2**
Тема 1.6 2 часа	**Радиовещание. Краткая история развития технологий радиовещания и их современное состояние**. Технологии радиовещания. Радио как средство связи и радиовещание как средство массовой коммуникации. Краткая история развития технологий радиовещания в мире и в России. Изобретение радио А.С.Поповым. Вклад в развитие радиосвязи Э,Бранли, К.Брауна, О.Лоджа, Г.Маркони, Н.Тесла. Хронология развития технологий радиовещания. Физические основы радиовещания. Каналы распространения радиовещания (эфирные, проводные, кабельные, спутниковые, онлайновые, мобильные) и способы

	ввода в них информации (амплитудная модуляция, частотная модуляция, фазовая модуляция). Волновые диапазоны радиовещания и их свойства. Монофоническое и стереофоническое радиовещание. Аналоговое и цифровое радиовещание. Цифровые форматы радиовещания. Современное состояние и перспективы развития радиовещания в России. Проблемы перехода на цифровое радиовещание.
Тема 1.7 2 часа	**Телевизионное вещание. Краткая история развития технологий телевизионного вещания и их современное состояние**. Технологии телевизионного вещания. Краткая история развития технологий телевизионного вещания в мире и в России. Вклад в развитие техники и технологии телевидения М. фон Арденне, Дж.Бэрда, Ч.Дженкинза, К.Такаянаги, Ф.Фарнсуорта. Вклад российских исследователей и изобретателей в развитие техники и технологии телевидения (О.О.Адамян, П.И.Бахметьев, Б.П.Грабовский, В.К.Зворыкин, Б.Л.Розинг, Л.С.Термен и др.). Хронология развития технологий телевидения. Физические основы телевизионного вещания. Принцип развёртки изображения. основные структурные компоненты системы телевидения. Каналы распространения телевидения. (эфирные, кабельные, спутниковые, онлайновые, мобильные) и способы ввода в них информации (частотная и фазовая модуляция). Несущая частота и боковые частоты, полоса частот. Волновые диапазоны телевизионного вещания и их свойства. Чёрно-белое и цветное телевидение. Аналоговое и цифровое телевидение. Цифровые форматы телевизионного вещания. Современное состояние и перспективы развития телевизионного вещания в России. Проблемы перехода на цифровое телевизионное вещание.
Тема 1.8 2 часа	**Видеозапись. Краткая история развития технологий видеозаписи и их современное состояние и перспективы развития видеозаписи**. Технологии видеозаписи. Виды видеозаписи как продукта и как технологий. Краткая история развития технологий видеозаписи в мире и в России. Современное состояние и перспективы развития видеозаписи.
1	**2**
Тема 1.9 2 часа	**Компьютерные технологии. Краткая история развития компьютерных технологий и их современное состояние.** Компьютерные (информационные) технологии. Их роль в современном мире. Основные компоненты компьютерных технологий: аппаратные средства, программное обеспечение. Виды аппаратных средств. Основные аппаратные средства, широко используемые в практике деятельности организаций. Основные аппаратные средства, широко используемые в сфере СМИ. Мультимедийная продукция на основе компьютерных технологий. Виды программного обеспечения. Виды программных средств, широко используемых в практике деятельности организаций: для бухгалтерского учета, кадро-

	вого учета, юридического делопроизводства. Краткая история развития компьютерных технологий в мире и в России. Вклад отечественных ученых в развитие компьютерных технологий. Современное состояние и перспективы развития компьютерных технологий
Тема 1.10 2 часа	**Интернет-технологии. Краткая история развития Интернет-технологий и их современное состояние**. Интернет-технологии. Интернет как глобальная инфокоммуникационная среда. Структура Интернета. Краткая история возникновения и развития Интернета и Интернет-технологий в мире и в России. СМИ в Интернете. Мультимедийная продукция на основе Интернет-технологий. Современное состояние и перспективы развития Интернет-технологий. Мультимедийная продукция на основе Интернет-технологий.
Тема 1.11 2 часа	**Мобильная связь как технологическая платформа электронных СМК. Краткая история развития технологий мобильной связи и их современное состояние**. Технологии мобильной связи. Виды мобильной связи и их использование в медиасфере. Сотовая связь как разновидность мобильной связи. Мобильное радиовещание и телевидение. Стандарты мобильного радио и телевидения. Мобильный Интернет. Краткая история развития технологий мобильной связи в мире и в России. Вклад в разработку мобильной связи Д.Х.Ринга и У.Р.Янга. Вклад отечественных ученых в разработку мобильной связи (Г.Шапиро, И.Захарченко и др.). Современное состояние и перспективы развития технологий мобильной связи.
1	**2**
Часть 2 62 часа	**Часть 2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства и медиадистрибуции.**
Тема 2.1 **2 часа**	**Основные технологические процессы производства и дистрибуции книжной продукции**. Производство книжной продукции. Виды книжной продукции. Исходные ресурсы книжного производства: кадровые, информационные, материально-технические, финансовые и др. Основные технологические операции создания современной книги: выбор автора, подготовка текста рукописи, подготовка иллюстративного материала, подготовка дизайн-макета издания, вёрстка, редактирование, корректура, выбор

	полиграфических параметров издания. Роль автора в книгоиздательском производстве. Контроль качества книжной продукции (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение книжного издательства. Программные средства для вёрстки печатных изданий: Adobe PageMaker, Adobe InDesign, Corel Ventura, Latex, QuarkXPress, и др. Программные средства для подготовки иллюстративных материалов в печатных изданиях: Adobe Photoshop, CorelDraw, Xara Xtreme и др. Основные операции дистрибуции книжной продукции: оптовая и розничная продажа. Типы сетей, осуществляющих продажу изданий. Изучение читательского спроса как технологический компонент дистрибуции. Контроль качества дистрибуции книжной продукции (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
Тема 2.2 **2 часа**	**Основные технологические процессы производства фотопродукции. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства**. Производство фотопродукции. Виды фотопродукции. Исходные ресурсы фотопроизводства. Основные технологические операции создания современной фотопродукции. Контроль качества фотопродукции (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для производства фотопродукции. Основные технологические операции дистрибуции современной фотопродукции. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
1	**2**
Тема 2.3 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства и дистрибуции газетной и журнальной продукции**. Производство газетной и журнальной продукции. Виды газетной и журнальной продукции. Исходные ресурсы газетного и журнального производства: кадровые, информационные, материально-технические, финансовые и др. Основные технологические операции создания газеты: редакционная цепочка и выбор полиграфических параметров издания. Основные технологические операции создания журнала: редакционная цепочка и выбор полиграфических параметров издания. Обеспечение непрерывности процесса газетного и журнального производства. Контроль качества газетной и журнальной продукции (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение газетного и журнального производства. Программные средства для вёрстки газет. Программные средства для подготовки иллюстративных материалов в редакциях газет и журналов. Основные технологические операции дистрибуции газет и журналов: оптовая и

	розничная продажа. Типы сетей, осуществляющих продажу газет и журналов. Подписка как вид газетной и журнальной дистрибуции. Изучение читательского спроса как технологический компонент дистрибуции газет и журналов. Контроль качества дистрибуции газет и журналов (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
Тема 2.4 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства и размещения рекламы в газетах и журналах**. Технология производства рекламы в газетах и журналах. Виды рекламной продукции в газетах и журналах. Исходные ресурсы рекламного производства в газетах и журналах. Контроль качества рекламной продукции в газетах и журналах (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Технология размещения рекламы в газетах и журналах. Виды размещения рекламной продукции в газетах и журналах. Исходные ресурсы в процессе размещения рекламной продукции в газетах и журналах. Контроль качества размещения рекламной продукции в газетах и журналах (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции в газетах и журналах.
Тема 2.5 **2 часа**	**Основные технологические процессы производства звукозаписи.** Производство звукозаписи. Виды аудиопродукции. Исходные ресурсы производства звукозаписи. Основные технологические операции создания и дистрибуции современной звукозаписи. Контроль качества звукозаписи (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение студии звукозаписи. Основные технологические операции дистрибуции звукозаписи: оптовая и розничная продажа, трансляция по радио, Интернет-дистрибуция. Изучение слушательского спроса как технологический компонент дистрибуции продукции звукозаписи. Контроль качества дистрибуции звукозаписи (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Аудиопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства**.**
1	**2**
Тема 2.6 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства радиопрограмм**. Производство радиопрограмм. Виды радиопрограмм, различающиеся по технологическим основаниям: записные радиопрограммы, радиотрансляции событий, радиопрограммы в прямом эфире с интерактивными элементами, комплексные радиопрограммы. Основные технологические операции производства записных радиопрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве записных радиопрограмм. Контроль качества записных радиопрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Основные технологические операции производства радиотрансляций с места событий: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве радиотрансляций с места событий. Контроль качества радиотрансляций с места событий (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Основные технологические операции производства радиопрограмм в прямом эфире: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве

	радиопрограмм в прямом эфире. Контроль качества радиопрограмм в прямом эфире (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Основные технологические операции производства новостных радиопрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве новостных радиопрограмм. Обеспечение непрерывности процесса работы новостной службы на радио. Контроль качества новостных радиопрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для производства радиопрограмм**.**
Тема 2.7 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на радио**. Технология производства рекламы на радио. Виды рекламной продукции на радио. Исходные ресурсы рекламного производства на радио. Контроль качества рекламной продукции на радио (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Технология размещения рекламы на радио. Виды размещения рекламной продукции на радио. Исходные ресурсы в процессе размещения рекламной продукции на радио. Контроль качества размещения рекламной продукции на радио (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции на радио. Изучение слушательского спроса как технологический компонент для размещения рекламной продукции на радио.
1	**2**
Тема 2.8 **4 часа**	**Основные технологические процессы эфирного программирования на радио, хранения записи радиопередач и их выпуска в эфир. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм**. Основные технологические операции эфирного программирования на радиостанциях. Исходные ресурсы в эфирном программировании на радиостанциях. Контроль качества эфирного программирования на радиостанциях (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для эфирного программирования на радиостанциях. Основные технологические операции хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности. Исходные ресурсы, обеспечивающие хранение аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности. Контроль качества в процессах хранения аудиоархивов на радиостанциях (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм: предэфирный контроль и выдача в эфир. Способы дистрибуции радиопрограмм:

	эфирное распространение, проводное радио, кабельное радио, спутниковое радио, Интернет-радио. Абонентская подписка как вид дистрибуции радиопрограмм и её перспективы внедрения в российскую практику. Изучение слушательского спроса как технологический компонент дистрибуции радиопрограмм. Контроль качества дистрибуции радиопрограмм (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции радиопрограмм**.**
Тема 2.9 **4 часа**	**Основные технологические процессы кинопроизводства.** Технологии кинопроизводства. Виды кинопродукции: документальные фильмы и сериалы, игровые фильмы и сериалы, анимационные фильмы и сериалы. Исходные ресурсы производства каждого вида кинопродукции. Основные технологические операции кинопроизводства: создание сценария, павильонная и натурная съёмка, технологии анимации, документального и научно-популярного кино, сериалов. Монтаж. Изготовление копий. Контроль качества кинопродукции (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для кинопроизводства. Основные технологические операции дистрибуции кинопродукции: кинопрокат, кинофестивальная деятельность, продажа видеозаписи, трансляция по телевидению, Интернет-дистрибуция. Изучение зрительского спроса как технологический компонент дистрибуции кинопродукции. Контроль качества дистрибуции кинопродукции (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Кинопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
1	**2**
Тема 2.10 **2 часа**	**Основные технологические процессы производства видеозаписи.** Производство видеозаписи. Виды видеопродукции. Исходные ресурсы производства видеозаписи. Основные технологические операции создания и дистрибуции современной видеозаписи. Контроль качества видеозаписи (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение студии видеозаписи. Основные технологические операции дистрибуции видеозаписи: оптовая и розничная продажа, трансляция по телевидению, Интернет-дистрибуция. Изучение зрительского спроса как технологический компонент дистрибуции продукции видеозаписи. Контроль качества дистрибуции видеозаписи (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Видеопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
Тема 2.11 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства телевизионных программ.** Производство телевизионных программ. Виды телевизионных программ, различающиеся по технологическим основаниям: записные телепрограммы,

	телевизионные трансляции событий, телевизионные программы в прямом эфире с интерактивными элементами, комплексные телевизионные программы. Основные технологические операции производства записных телепрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве записных телепрограмм. Контроль качества записных телепрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Основные технологические операции производства телевизионных трансляций с места событий: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве телевизионных трансляций с места событий. Контроль качества телевизионных трансляций с места событий (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Основные технологические операции производства телевизионных программ в прямом эфире: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве телевизионных программ в прямом эфире. Контроль качества телевизионных программ в прямом эфире (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Основные технологические операции производства новостных телепрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве новостных телепрограмм. Обеспечение непрерывности процесса работы новостной службы на телевидении. Контроль качества новостных телепрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для производства телепрограмм.
1	**2**
Тема 2.12 4 часа	**Основные технологические процессы производства и размещения рекламы на телевидении.** Технология производства рекламы на телевидении. Виды рекламной продукции на телевидении. Исходные ресурсы рекламного производства на телевидении. Контроль качества рекламной продукции на телевидении (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Технология размещения рекламы на телевидении. Виды размещения рекламной продукции на телевидении. Исходные ресурсы в процессе размещения рекламной продукции на телевидении. Контроль качества размещения рекламной продукции на телевидении (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции на телевидении. Изучение зрительского спроса как технологический компонент при размещении рекламы на телевидении.
Тема 2.13 4 часа	**Основные технологические процессы эфирного программирования на телевидении, хранения видеоархивов и их использования в редакционной деятельности. Основные технологические операции дистрибуции телепрограмм**.

	Основные технологические операции эфирного программирования на телеканалах. Исходные ресурсы в эфирном программировании на телеканалах. Контроль качества эфирного программирования на телеканалах (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для эфирного программирования на телеканалах. Основные технологические операции хранения видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности. Исходные ресурсы, обеспечивающие хранение видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности. Контроль качества в процессах хранения видеоархивов на телеканалах (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для хранения видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности. Основные технологические операции дистрибуции телевизионных программ: предэфирный контроль и выдача в эфир. Способы дистрибуции телевизионных программ: эфирное распространение, кабельные сети, спутниковое телевидение, Интернет-телевидение, мобильное. Абонентская подписка как вид дистрибуции телевизионных программ. Изучение зрительского спроса как технологический компонент дистрибуции телепрограмм. Контроль качества дистрибуции телепрограмм (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции телепрограмм.
1	**2**
Тема 2.14 **2 часа**	**Технологии производства компьютерной продукции широкого использования**. Технологии производства компьютерной продукции широкого использования. Виды компьютерной продукции широкого использования. Исходные ресурсы производства компьютерной продукции широкого использования. Основные технологические операции создания компьютерной продукции широкого использования. Контроль за качеством компьютерной продукции широкого использования (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для производства компьютерной продукции широкого использования. Основные технологические операции дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования. Контроль за качеством дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования (технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования. Компьютерная продукция широкого использования как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
Тема 2.15 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства Интернет-сайтов**. Технологии производства Интернет-сайтов. Виды Интернет-сайтов. Исходные

	ресурсы для производства Интернет-сайтов. Основные технологические операции создания Интернет-сайтов. Контроль за качеством Интернет-сайтов (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический). Оборудование и программное обеспечение для производства Интернет-сайтов.
Тема 2.16 **4 часа**	**Основные технологические процессы производства и размещения рекламы в Интернете**. Технологии производства рекламы на Интернет-сайтах. Основные технологические операции производства рекламы на Интернет-сайтах. Контроль качества производства рекламной продукции на Интернет-сайтах. Оборудование и программное обеспечение для производства рекламы на Интернет-сайтах. Технологии размещения рекламы на Интернет-сайтах. Основные технологические операции размещения рекламы на Интернет-сайтах. Контроль качества размещения рекламной продукции на Интернет-сайтах. Оборудование и программное обеспечение для размещения рекламы на Интернет-сайтах. Изучение пользовательского спроса как технологический компонент при размещении рекламы на Интернет-сайтах.
1	**2**
Тема 2.17 **4 часа**	**Технико-технологические процессы управления на медиапредприятиях и их основные функции.** Технико-технологические процессы управления на медиапредприятиях и их основные функции: управление экономическими и финансовыми процессами, управление кадрами, управление юридическими процессами, управление маркетинговой деятельностью. Основные технико-технологические процессы в финансово-экономическом анализе и бухгалтерском учёте на медиапредприятиях. Программное обеспечение, используемое в финансово-экономическом анализе и бухгалтерском учёте на медиапредприятиях. Основные технико-технологические процессы в деятельности служб работы с персоналом на медиапредприятиях. Программное обеспечение в деятельности служб работы с персоналом на медиапредприятиях. Основные технико-технологические процессы в юридической практике на медиапредприятиях. Программное обеспечение в юридической практике на медиапредприятиях.
Тема 2.18 **4 часа**	**Основные технико-технологические процессы в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях**. Основные технико-технологические процессы в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях. Программное обеспечение в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях.

Часть 3 **24 часа**	**Часть 3. Изучение программы "Microsoft Excel" как широко распространённой в практике управления.**
Тема 3.1 **8 часов**	**Программа "Microsoft Excel" как основной инструмент анализа цифровой информации на медиапредприятиях**. Базовые операции программы "Microsoft Excel". Построение графиков, круговых диаграмм, столбиковых диаграмм, диаграмм рассеяния.
Тема 3.2 **8 часов**	**Элементы статистического анализа и их реализация в сфере медиаисследований с помощью программы "Microsoft Excel"**. Построение трендов. Корреляционный анализ и его использование для анализа данных.
Тема 3.3 **8 часов**	**Анализ аудитории и его использование в практике СМИ с помощью программы "Microsoft Excel"**. Построение позиционных карт СМИ. Расчёт погрешности аудиторных показателей. Построение простейших прогнозных моделей поведения аудитории.

7. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

7.1. Тематика заданий текущего контроля

Примерные темы эссе:

1. Виды книжной продукции.
2. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства книжной продукции. Контроль качества книжной продукции (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
3. Оборудование и программное обеспечение книжного издательства. Программные средства для вёрстки печатных изданий.
4. Основные операции дистрибуции книжной продукции: оптовая и розничная продажа. Типы сетей, осуществляющих продажу изданий.
5. Виды фотопродукции.
6. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции создания современной фотопродукции. Контроль качества фотопродукции (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
7. Оборудование и программное обеспечение для производства фотопродукции.
8. Основные технологические операции дистрибуции современной фотопродукции. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.

9. Виды газетной и журнальной продукции.
10. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции создания газет и журналов. Обеспечение непрерывности процесса газетного и журнального производства. Контроль качества газетной и журнальной продукции (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
11. Оборудование и программное обеспечение газетного и журнального производства. Программные средства для вёрстки газет. Программные средства для подготовки иллюстративных материалов в редакциях газет и журналов.
12. Основные технологические операции дистрибуции газет и журналов: оптовая и розничная продажа. Типы сетей, осуществляющих продажу газет и журналов. Подписка как вид газетной и журнальной дистрибуции.
13. Виды рекламной продукции в газетах и журналах. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции рекламного производства в газетах и журналах. Контроль качества рекламной продукции в газетах и журналах (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
14. Технология размещения рекламы в газетах и журналах. Виды размещения рекламной продукции в газетах и журналах. Исходные ресурсы в процессе размещения рекламной продукции в газетах и журналах. Контроль качества размещения рекламной продукции в газетах и журналах (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
15. Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции в газетах и журналах.
16. Виды аудиопродукции. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства звукозаписи. Контроль качества звукозаписи (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
17. Оборудование и программное обеспечение студии звукозаписи.
18. Основные технологические операции дистрибуции звукозаписи: оптовая и розничная продажа, трансляция по радио, Интернет-дистрибуция. Аудиопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
19. Основные технологические операции производства записных (монтажных) радиопрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве записных радиопрограмм. Контроль качества записных (монтажных) радиопрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
20. Основные технологические операции производства радиотрансляций с места событий: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве радиотрансляций с места событий. Контроль

качества радиотрансляций с места событий (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).

21. Основные технологические операции производства радиопрограмм в прямом эфире с интерактивными компонентами: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве радиопрограмм в прямом эфире с интерактивными компонентами. Контроль качества радиопрограмм в прямом эфире с интерактивными компонентами (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
22. Основные технологические операции производства новостных радиопрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве новостных радиопрограмм. Обеспечение непрерывности процесса работы новостной службы на радио. Контроль качества новостных радиопрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
23. Оборудование и программное обеспечение для производства радиопрограмм.
24. Основные технологические операции эфирного программирования на радиостанциях. Исходные ресурсы в эфирном программировании на радиостанциях. Контроль качества эфирного программирования на радиостанциях (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
25. Оборудование и программное обеспечение для эфирного программирования на радиостанциях.
26. Основные технологические операции хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности. Исходные ресурсы, обеспечивающие хранение аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности. Контроль качества в процессах хранения аудиоархивов на радиостанциях (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
27. Оборудование и программное обеспечение для хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности.
28. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм: предэфирный контроль и выдача в эфир. Способы дистрибуции радиопрограмм: эфирное распространение, проводное радио, кабельное радио, спутниковое радио, Интернет-радио. Абонентская подписка как вид дистрибуции радиопрограмм и её перспективы внедрения в российскую практику.
29. Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции радиопрограмм.
30. Виды рекламной продукции на радио. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции рекламного производства на

радио. Контроль качества рекламной продукции на радио (технико-технологический, экономический, правовой, этический).

31. Виды размещения рекламной продукции на радио. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в процессе размещения рекламной продукции на радио. Контроль качества размещения рекламной продукции на радио (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
32. Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции на радио.
33. Виды кинопродукции: документальные фильмы и сериалы, игровые фильмы и сериалы, анимационные фильмы и сериалы. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства каждого вида кинопродукции. Контроль качества кинопродукции (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
34. Оборудование и программное обеспечение для кинопроизводства.
35. Основные технологические операции дистрибуции кинопродукции: кинопрокат, кинофестивальная деятельность, продажа видеозаписи, трансляция по телевидению, Интернет-дистрибуция. Кинопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства и медиадистрибуции.
36. Виды видеопродукции. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства видеозаписи. Контроль качества видеозаписи (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
37. Оборудование и программное обеспечение студии видеозаписи.
38. Основные технологические операции дистрибуции видеозаписи: оптовая и розничная продажа, трансляция по телевидению, Интернет-дистрибуция. Видеопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
39. Основные технологические операции производства монтажных (записных) телепрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве монтажных (записных) телепрограмм. Контроль качества монтажных (записных) телепрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
40. Основные технологические операции производства телевизионных трансляций с места событий: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве телевизионных трансляций с места событий. Контроль качества телевизионных трансляций с места событий (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
41. Основные технологические операции производства телевизионных программ в прямом эфире: редакционная цепочка и её составляющие.

Исходные ресурсы в производстве телевизионных программ в прямом эфире. Контроль качества телевизионных программ в прямом эфире (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).

42. Основные технологические операции производства новостных телепрограмм: редакционная цепочка и её составляющие. Исходные ресурсы в производстве новостных телепрограмм. Обеспечение непрерывности процесса работы новостной службы на телевидении. Контроль качества новостных телепрограмм (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
43. Оборудование и программное обеспечение для производства телепрограмм.
44. Основные технологические операции эфирного программирования на телеканалах. Исходные ресурсы в эфирном программировании на телеканалах. Контроль качества эфирного программирования на телеканалах (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
45. Оборудование и программное обеспечение для эфирного программирования на телеканалах.
46. Основные технологические операции хранения видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности. Исходные ресурсы, обеспечивающие хранение видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности. Контроль качества в процессах хранения видеоархивов на телеканалах (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
47. Оборудование и программное обеспечение для хранения видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности.
48. Основные технологические операции дистрибуции телевизионных программ: предэфирный контроль и выдача в эфир. Способы дистрибуции телевизионных программ: эфирное распространение, кабельные сети, спутниковое телевидение, Интернет-телевидение. Абонентская подписка как вид дистрибуции телевизионных программ.
49. Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции телепрограмм.
50. Виды рекламной продукции на телевидении. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции рекламного производства на телевидении. Контроль качества рекламной продукции на телевидении (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
51. Технология размещения рекламы на телевидении. Виды размещения рекламной продукции на телевидении. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в процессе размещения рекламной продукции на телевидении. Контроль качества размещения рекламной продукции на телевидении (технико-технологический, экономический, правовой, этический).

52. Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции на телевидении.
53. Виды компьютерной продукции широкого использования. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства компьютерной продукции широкого использования. Контроль за качеством компьютерной продукции широкого использования (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
54. Оборудование и программное обеспечение для производства компьютерной продукции широкого использования.
55. Основные технологические операции дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования. Контроль за качеством дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
56. Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования. Компьютерная продукция широкого использования как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
57. Виды Интернет-сайтов. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства Интернет-сайтов. Контроль за качеством Интернет-сайтов (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
58. Оборудование и программное обеспечение для производства Интернет-сайтов.
59. Основные технологические операции производства рекламы на Интернет-сайтах. Контроль качества производства рекламной продукции на Интернет-сайтах (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
60. Оборудование и программное обеспечение для производства рекламы на Интернет-сайтах.
61. Технологии размещения рекламы на Интернет-сайтах. Основные технологические операции размещения рекламы на Интернет-сайтах. Контроль качества размещения рекламной продукции на Интернет-сайтах (информационный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
62. Оборудование и программное обеспечение для размещения рекламы на Интернет-сайтах.
63. Основные технико-технологические процессы в финансово-экономическом анализе и бухгалтерском учёте на медиапредприятиях.
64. Программное обеспечение, используемое в финансово-экономическом анализе и бухгалтерском учёте на медиапредприятиях.
65. Основные технико-технологические процессы в деятельности служб работы с персоналом на медиапредприятиях.

66. Программное обеспечение в деятельности служб работы с персоналом на медиапредприятиях.
67. Основные технико-технологические процессы в юридической практике на медиапредприятиях.
68. Программное обеспечение в юридической практике на медиапредприятиях.
69. Основные технико-технологические процессы в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях.
70. Программное обеспечение в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях.

7.2. Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

"Технологии медиапроизводства"

История медиатехнологий

1. Понятие технологии. Виды технологий. Инженерно-технические и гуманитарные технологии.
2. Технология как структурный процесс производства и объект управления. Основные компоненты технологических процессов: исходные ресурсы, субъекты производства, технологические операции, продукт, контроль за качеством продукта и др.
3. Типы исходных ресурсов в технологических процессах медиапроизводства: информационные, технико-технологические, кадровые и др.
4. Виды контроля за качеством медиапродукции: информационный, языковой, технико-технологический, правовой, этический и др.
5. Иоганн Гуттенберг - изобретатель первого печатного станка для массового производства книг.
6. Иван Фёдоров - основатель первой типографии в России.
7. Братья Люмьер - изобретатели кинематографа.
8. Александр Степанович Попов - изобретатель радио.
9. Гульельмо Маркони - обладатель первого в мире патента на разработку системы радиосвязи.
10. Владимир Козьмич Зворыкин - обладатель первого в мире патента на разработку системы телевидения.
11. Хронология развития технологий печатного производства.
12. Хронология изобретения и развития технологий фотографии.
13. Хронология развития технологий кинопроизводства.
14. Хронология изобретения и развития звукозаписи.
15. Хронология развития технологий радиосвязи.
16. Хронология развития технологий радиовещания.
17. Хронология развития технологий телевидения.

18. Хронология развития вычислительной техники и компьютерных технологий.
19. Хронология развития Интернета.
20. Хронология развития технологий мобильной связи.

Технико-технологические основы медиапроизводства и медиадистрибуции

1. Основные полиграфические процессы: допечатная подготовка, печатные процессы, послепечатные процессы.
2. Способы печати: офсетная, флексографская печать. Цифровая тонерная печать.
3. Основные цветовые системы в полиграфии.
4. Виды воспринимающей поверхности в полиграфии. Типы бумаги.
5. Плёночная фотография. Аналоговые фотографические процессы: подготовка к съемке, съёмка, проявление плёнки, изготовление фотоотпечатков. Двойная экспозиция. Фотомонтаж. Хранение плёночных фотоматериалов.
6. Цифровая фотография. Цифровые фотографические процессы: подготовка к съемке, съёмка, изготовление фотоотпечатков. Двойная экспозиция. Фотомонтаж. Хранение и передача цифровых фотоматериалов. Оцифровка плёночных фотоматериалов.
7. Плёночная киносъёмка. Аналоговые процессы в кинопроизводстве: подготовка к съемке, съёмка, проявление плёнки, изготовление копий. Двойная экспозиция. Киномонтаж. Хранение плёночных киноматериалов.
8. Цифровая и аналоговая видеосъёмка. Цифровые процессы в кино-, видео- и телепроизводстве: подготовка к съемке, съёмка, изготовление копий. Двойная экспозиция. Монтаж. Хранение и передача цифровых видеоматериалов. Оцифровка плёночных киноматериалов.
9. Виды звукозаписи. Механическая и электронная звукозапись.
10. Аналоговая электронная звукозапись. Процессы аналоговой звукозаписи: подготовка к записи, запись, монтаж. Наложение записи. Хранение аналоговой звукозаписи.
11. Цифровая звукозапись. Процессы цифровой звукозаписи: подготовка к записи, запись, монтаж. Наложение записи. Хранение и передача цифровой звукозаписи.
12. Физические основы радиовещания. Каналы распространения радиовещания (эфирные, проводные, кабельные, спутниковые, онлайновые, мобильные) и способы ввода в них информации (амплитудная модуляция, частотная модуляция, фазовая модуляция).
13. Волновые диапазоны телерадиовещания и их свойства: ДВ, СВ, КВ, УКВ, СВЧ-диапазон.
14. Аналоговое и цифровое радиовещание. Цифровые форматы радиовещания.
15. Физические основы телевизионного вещания. Принцип развёртки изображения. Основные структурные компоненты системы телевидения.

16. Каналы распространения телевидения. (эфирные, кабельные, спутниковые, онлайновые, мобильные) и способы ввода в них информации (частотная и фазовая модуляция).
17. Волновые диапазоны телевизионного вещания и их свойства. Несущая частота и боковые частоты, полоса частот.
18. Аналоговое и цифровое телевидение. Цифровые форматы телевизионного вещания.
19. Спутниковая связь. Особенности распространения спутникового радиовещания и телевидения. Стандарты цифрового спутникового радио и телевидения.
20. Структурные компоненты компьютерных технологий: аппаратные устройства и программное обеспечение. Типы компьютерных аппаратных устройств: внешние и внутренние устройства. Процессоры. Устройства памяти. Устройства ввода и вывода информации.
21. Типология программного обеспечения. Базовое программное обеспечение и приложения. Их типология. Драйверы. Утилиты.
22. Компьютерные сети. Протоколы обмена информацией в компьютерных сетях. IP-протокол. Интернет как глобальная суперсеть. Структура Интернета.
23. Мобильная связь. Виды мобильной связи. Принцип действия сотовой связи. Стандарты сотовой связи.
24. Мобильное радиовещание и телевидение. Особенности распространения мобильного радио и телевидения. Стандарты цифрового мобильного радио и телевидения.

Современное состояние и перспективы развития медиапроизводства и медиадистрибуции

1. Современное состояние и перспективы развития полиграфического производства.
2. Современное состояние и перспективы развития книгоиздания.
3. Современное состояние и перспективы развития периодической печати.
4. Современное состояние и перспективы развития производства фотографической продукции.
5. Современное состояние и перспективы развития технологий звукозаписи.
6. Современное состояние и перспективы развития радиовещания. Проблемы перехода на цифровое радиовещание.
7. Современное состояние и перспективы развития технологий кинематографа.
8. Современное состояние и перспективы развития технологий видеозаписи.
9. Современное состояние и перспективы развития телевизионного вещания в России. Проблемы перехода на цифровое телевизионное вещание.
10. Современное состояние и перспективы развития компьютерных технологий.

11. Современное состояние и перспективы развития Интернета.
12. Современное состояние и перспективы развития мобильной связи.

Ключевые технологические компоненты и процессы современного медиапроизодства и медиадистрибуции

1. Виды книжной продукции.
2. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства книжной продукции.
3. Контроль качества книжной продукции (содержательный, языковой. технико-технологический, экономический, правовой, этический).
4. Оборудование и программное обеспечение книжного издательства. Программные средства для вёрстки печатных изданий.
5. Основные операции дистрибуции книжной продукции: оптовая и розничная продажа. Типы сетей, осуществляющих продажу изданий.
6. Виды фотопродукции.
7. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции создания современной фотопродукции.
8. Контроль качества фотопродукции (содержательный, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
9. Оборудование и программное обеспечение для производства фотопродукции.
10. Основные технологические операции дистрибуции современной фотопродукции.
11. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
12. Виды газетной и журнальной продукции.
13. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции создания газет и журналов. Обеспечение непрерывности процесса газетного и журнального производства.
14. Контроль качества газетной и журнальной продукции (информационный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
15. Оборудование и программное обеспечение газетного и журнального производства. Программные средства для вёрстки газет. Программные средства для подготовки иллюстративных материалов в редакциях газет и журналов.
16. Основные технологические операции дистрибуции газет и журналов: оптовая и розничная продажа. Типы сетей, осуществляющих продажу газет и журналов. Подписка как вид газетной и журнальной дистрибуции.
17. Виды рекламной продукции в газетах и журналах.
18. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции рекламного производства в газетах и журналах.

19. Контроль качества рекламной продукции в газетах и журналах (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
20. Виды размещения рекламной продукции в газетах и журналах.
21. Исходные ресурсы в процессе размещения рекламной продукции в газетах и журналах.
22. Контроль качества размещения рекламной продукции в газетах и журналах (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
23. Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции в газетах и журналах.
24. Виды аудиопродукции.
25. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства звукозаписи.
26. Контроль качества звукозаписи (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
27. Оборудование и программное обеспечение студии звукозаписи.
28. Основные технологические операции дистрибуции звукозаписи: оптовая и розничная продажа, трансляция по радио, Интернет-дистрибуция.
29. Аудиопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
30. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве записных (монтажных) радиопрограмм
31. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве радиотрансляций с места событий.
32. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве радиопрограмм в прямом эфире с интерактивными компонентами.
33. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве новостных радиопрограмм.
34. Контроль качества радиопрограмм (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
35. Оборудование и программное обеспечение для производства радиопрограмм.
36. Исходные ресурсы, основные технологические операции и контроль качества в процессе эфирного программирования на радиостанциях.
37. Оборудование и программное обеспечение для эфирного программирования на радиостанциях.
38. Исходные ресурсы, основные технологические операции и контроль качества в процессе хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности.
39. Оборудование и программное обеспечение для хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности.

40. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм: предэфирный контроль и выдача в эфир.
41. Способы дистрибуции радиопрограмм: эфирное распространение, проводное радио, кабельное радио, спутниковое радио, Интернет-радио.
42. Абонентская подписка как вид дистрибуции радиопрограмм и её перспективы внедрения в российскую практику.
43. Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции радиопрограмм.
44. Виды рекламной продукции на радио.
45. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции рекламного производства на радио.
46. Контроль качества рекламной продукции на радио (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
47. Виды размещения рекламной продукции на радио.
48. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в процессе размещения рекламной продукции на радио.
49. Контроль качества размещения рекламной продукции на радио (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
50. Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции на радио.
51. Виды кинопродукции.
52. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства каждого вида кинопродукции.
53. Контроль качества кинопродукции (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
54. Оборудование и программное обеспечение для кинопроизводства.
55. Основные технологические операции дистрибуции кинопродукции: кинопрокат, кинофестивальная деятельность, продажа видеозаписи, трансляция по телевидению, Интернет-дистрибуция.
56. Кинопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства и медиадистрибуции.
57. Виды видеопродукции.
58. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства видеозаписи.
59. Контроль качества видеозаписи (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
60. Оборудование и программное обеспечение студии видеозаписи.
61. Основные технологические операции дистрибуции видеозаписи: оптовая и розничная продажа, трансляция по телевидению, Интернет-дистрибуция.
62. Видеопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
63. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве в производстве монтажных (записных) телепрограмм.

64. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве телевизионных трансляций с места событий.
65. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве телевизионных программ в прямом эфире с интерактивными компонентами.
66. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в производстве новостных телепрограмм.
67. Контроль качества телепрограмм (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
68. Оборудование и программное обеспечение для производства телепрограмм.
69. Исходные ресурсы, основные технологические операции и контроль качества в процессе эфирного программирования на телеканалах.
70. Оборудование и программное обеспечение для эфирного программирования на телеканалах.
71. Исходные ресурсы, основные технологические операции и контроль качества в процессе хранения аудиоархивов на радиостанциях и их использования в редакционной деятельности.
72. Оборудование и программное обеспечение для хранения видеоархивов на телеканалах и их использования в редакционной деятельности.
73. Основные технологические операции дистрибуции телевизионных программ: предэфирный контроль и выдача в эфир.
74. Способы дистрибуции телевизионных программ: эфирное распространение, кабельные сети, спутниковое телевидение, Интернет-телевидение.
75. Абонентская подписка как вид дистрибуции телевизионных программ.
76. Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции телепрограмм.
77. Виды рекламной продукции на телевидении.
78. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции рекламного производства на телевидении.
79. Контроль качества рекламной продукции на телевидении (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
80. Технология размещения рекламы на телевидении. Виды размещения рекламной продукции на телевидении.
81. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в процессе размещения рекламной продукции на телевидении.
82. Контроль качества размещения рекламной продукции на телевидении (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
83. Оборудование и программное обеспечение для создания и размещения рекламной продукции на телевидении.
84. Виды компьютерной продукции широкого использования.
85. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства компьютерной продукции широкого использования.

86. Контроль качества компьютерной продукции широкого использования (содержательный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
87. Оборудование и программное обеспечение для производства компьютерной продукции широкого использования.
88. Основные технологические операции дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования.
89. Контроль за качеством дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
90. Оборудование и программное обеспечение для дистрибуции и сервисного обслуживания компьютерной продукции широкого использования. Компьютерная продукция широкого использования как исходный материал в других процессах медиапроизводства.
91. Виды Интернет-сайтов.
92. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства Интернет-сайтов.
93. Контроль за качеством Интернет-сайтов (информационный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
94. Оборудование и программное обеспечение для производства Интернет-сайтов.
95. Виды рекламной продукции в Интернете.
96. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции производства рекламы на Интернет-сайтах.
97. Контроль качества производства рекламной продукции в Интернете (информационный, языковой, технико-технологический, экономический, правовой, этический).
98. Оборудование и программное обеспечение для производства рекламы на Интернет-сайтах.
99. Исходные ресурсы, основные технологические компоненты и операции в процессе размещения рекламной продукции в Интернете.
100. Контроль качества размещения рекламной продукции на Интернет-сайтах (технико-технологический, экономический, правовой, этический).
101. Оборудование и программное обеспечение для размещения рекламы на Интернет-сайтах.
102. Основные технико-технологические процессы в финансово-экономическом анализе и бухгалтерском учёте на медиапредприятиях.
103. Программное обеспечение, используемое в финансово-экономическом анализе и бухгалтерском учёте на медиапредприятиях.
104. Основные технико-технологические процессы в деятельности служб работы с персоналом на медиапредприятиях.
105. Программное обеспечение в деятельности служб работы с персоналом на медиапредприятиях.

106. Основные технико-технологические процессы в юридической практике на медиапредприятиях.
107. Программное обеспечение в юридической практике на медиапредприятиях.
108. Основные технико-технологические процессы в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях.
109. Программное обеспечение в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Базовый учебник

Тулупов В. В., Колосов А. А., Цуканова М. И. и др. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2008.

8.2. Основная литература

1. Галкин С. И. Техника и технология СМИ. Художественное конструирование газеты и журнала. – М.: Аспект Пресс, 2008.
2. Ситников В. П. Техника и технология СМИ. – М.: Слово, 2005.

8.3. Дополнительная литература

Рекомендуемая литература и интернет-ресурсы

Книги и брошюры

1. Агафонова Н. А. Искусство кино: этапы, стили, мастера: пособие для студентов вузов. – Мн.: Тесей, 2005. – 192 с.
2. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала. – М.: Издательский дом "Университетская книга": АНО "ШКИМБ", 2010. – 560 с.
3. Айсман К. Креативная обработка фотоснимков. Школа Кэтрин Айсман. – СПб.: Питер, 2012. – 136 с.
4. Алиева В. Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста. – СПб.: Питер, 2009. – 223 с.
5. Амиров В. М. Экономика и менеджмент СМИ: конспект лекций. Екатеринбург, 2009. – 46 с.

6. Астахов П. А. Справочник журналиста и руководителя СМИ, учредителя, издателя, главного редактора. М., 2008. – 336 с.
7. Архитектура виртуальных миров / Под науч. ред. М.Б.Игнатьева, Брауде Э. Дж. Технология разработки программного обеспечения. – СПб.: Питер, 2004. – 654 с.
8. Бабков В.Ю. Сотовые системы мобильной радиосвязи. – СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2011. – 224 с.
9. Баранов Н.Н. Сотовая связь: общечеловеческие проблемы / Н.Н. Баранов, И.И. Климовский, А.В. Петраков. – М.: РадиоСофт, 2010. – 152 с.
10. Бельтов А.Г. Технологии мобильной связи: услуги и сервисы / А.Г.Бельтов, И.Ю.Жуков, Д.М.Михайлов, А.В.Стариковский. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 206 с.
11. Борискин В.В. Управление персоналом в организациях телерадиовещания и его документальное обеспечение. – М., 2006. – 174 с.
12. Браун Д., Куол У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении: в 2 т. – М.: Мир, 2001. – Т.1 – 509 с., Т.2 – 557 с.
13. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование. Теория и практика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 495 с.
14. Быховский М.А. Развитие телекоммуникаций. На пути к информационному обществу: история телеграфа, телефона и радио до начала XX века. - М.: URSS, 2011.
15. Василевский Ю.А. Техника аудио- и видеозаписи. Толковый словарь. – М.: Горячая линия-Телеком, 2006. – 304 с.
16. Васильев Г.А. Поляков В.А. Основы рекламы. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 407 с.
17. Васильев Г.А. Медиапланирование / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. – М: Вузовский учебник, 2009. – 267 с.
18. Верещагин А.В. Многоканальные радиоэлектронные системы и сети передачи информации. – СПб.: БГТУ, 2011. – 158 с.
19. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе: в 3-х томах. Т.1: Рекламный рынок и его изучение. Т.2: Комплекс маркетинга в рекламной деятельности. Т.3: Оценка рекламной деятельности. – М.: Международный институт рекламы, 2002-2003. Т.1 – 316 с., Т.2 – 376 с., Т.3 – 304 с.
20. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полное практическое руководство. - М.: Эксмо, 2012.
21. Гаврилов М.В. Информатика и информационные технологии. – М.: Юрайт, 2011. – 655 с.
22. Галкин С. И. Техника и технология СМИ. Художественное конструирование газеты и журнала. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 215 с.
23. Герасимов В. В. Технология новостей от Интерфакса. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 159 с.
24. Голубицкая Е.А. Экономика связи. – М.: ИРИАС, 2006. – 488 с.
25. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001. – 330 с.

26. Грабельников А.А., Минаева О.Д. История русской периодической печати: в 2-х т. – М.: РИП-Холдинг, 2004. Т.1 – 214 с., Т.2 – 270 с.
27. Григорьев В.А., Лагутенко О.И., Распаев Ю.А. Сети и системы радиодоступа. – М.: Эко-Трендз, 2005. – 384 с.
28. Грызунова О.И. Формирование современной системы телевизионного вещания в Российской Федерации / О.И. Грызунова, Г.Т. Дерибас, Т.С. Косова и др. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1996. – 38 с.
29. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2009. – 288 с.
30. Гуревич С.М. Основы медиамаркетинга / С.М. Гуревич, В.Л. Иваницкий, А.А. Назаров, Г.Г. Щепилова. – М.: МедиаМир, 2007. – 208 с.
31. Демьянович А.А. Цифровая фотография: уроки, секреты, советы. – М.: Питер, 2011. – 192 с.
32. Дёмина И. Н. Система управления медиапредприятиями в современной России. – СПб., 2005. – 160 с.
33. Додонов А.Г. Компьютерные информационно-аналитические системы: толковый словарь / А.Г. Додонов, Д.В. Ландэ, В.Г. Путятин. – Киев: Наукова думка: Нац. акад. наук Украины, Ин-т проблем регистрации информ, 2011. – 384 с.
34. Дулов О.А. Системы аудиозаписи. – Ульяновск: УлГТУ, 2002. – 123 с.
35. Ерохина Л.И. Обеспечение качества обслуживания потребителей услуг сотовой связи / Л.И. Ерохина, Т.А. Пантелеева, Н.Н. Скорниченко. – Тольятти: Поволжский гос. ун-т сервиса, 2010. – 168 с.
36. Ефимова Н.Н. Звук в эфире. – М.: Аспект пресс, 2005. – 141 с.
37. Ефремов А. ФотоMaster. Взгляд через объектив. – СПб.: Питер, 2011. – 128 с.
38. Зеленин И.А. Основы телевидения и видеотехники. – Воронеж: Воронежский гос.технический ун-т, 2009. – 44 с.
39. Зимина Л.В. Современные издательские стратегии. От традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти. – М.: Наука, 2004. – 274 с.
40. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 254 с.
41. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. Д.М.Чистова и К.Р.Казарьяна. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2011. – 80 с.
42. Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. – М.: ОАО "НИЦ Экономика", 2011. – 139 с.
43. Интернет и информационные технологии: дефинитный словарь / Сост.: А. В. Абрамова и др. М.: Изд-во Современного гуманитарного ун-та, 2012.
44. Информатика для юристов и экономистов / Под ред. С.В.Симоновича. – СПб: Питер, 2008. – 688 с.
45. Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика. – М., 2004. – 383 с.

46. Касютин В. Газета успеха. – М.: Хроникер, 2007. – 222 с.
47. Келлисон К. Продюсирование на телевидении. – М.: Гревцов Паблишер, 2008. – 379 с.
48. Кийт М. Радиостанция. – М.: Мир, 2001. – 462 с.
49. Ким М. Н. Репортаж: технология жанра. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 221 с.
50. Киноиндустрия России 2001-2006 / Сост. и отв.ред. Д.Дондурей, Н.Венжер. – М.: Некоммерч.фонд содействия отеч.кинемтографу «Кинотавр», 2006. – 127 с.
51. Киноиндустрия Российской Федерации / Под ред. К.Леонтьевой. – Страсбург: Европейская аудиовизуальная обсерватория, 2009. – 136 с.
52. Кирьянов Д.В. Видеомонтаж, анимация и DVD-авторинг для всех: Adobe Premiere Pro CS4 и After Effects CS4. – СПб.: БХВ-Петербург, 2010. – 416 с.
53. Книжный рынок России. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2011. – 81 с.
54. Книжный рынок России. Состояние, тенденции, перспективы развития / Под ред. В.В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2012. – 97 с.
55. Книжный рынок России. Состояние, тенденции, перспективы развития / Под ред. В.В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2013 – 97 с.
56. Ключи к эфиру: в 2-х кн. / Под ред. Г.А.Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 205 с.
57. Кокарев И. Е. Кино как бизнес и политика. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 344 с.
58. Колесниченко О.Я. Организация телевизионного вещания: учебное пособие по телевизионному менеджменту. - Краснодар: Краснодар. гос. ун-т культуры и искусств, 2006.
59. Колесов Д.Г. Медиапланирование на телевидении / Д.Г. Колесов, Д.Д. Пугачёва, Я.В. Мальковская. – М.: TNS Россия, 2009. – 130 с.
60. Коломиец В. П. Российское телевидение: индустрия и бизнес. – М.: НИПКЦ Восход-А, 2010. – 303 с.
61. Кораблев Д. Фотосъемка: Универсальный самоучитель. – СПб.: ООО "КОРОНА принт", 2003. – 288 с.
62. Косинова М.И. История кинопродюсерства в России / Под ред. В.И.Фомина. – Москва-Рязань: Узоречье, 2004. – 332 с.
63. Кочеткова А.В. Медиапланирование: социологические и экономические аспекты. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 174 с.
64. Левин А. Обработка цифровой фотографии. – М.: Питер, 2012. – 208 с.
65. Ленский Б.В., Васильев В.И. Книговедение. Книжная культура. Книгоиздание: история и современность. – М.: Наука, 2009. – 42 с.

66. Леонтьев В.П. Фото, видео и звук. Лучшие программы. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2009. – 320 с.
67. Лукина М. М. Интернет-СМИ: теория и практика. – М., 2010. – 348 с.
68. Луцкер А. П. Авторское право в цифровых технологиях и СМИ. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2005. – 416 с.
69. Маглицкий Б.Н. Основы технологий множественного доступа в сетях сотовой связи. – Новосибирск: ГОУ ВПО СибГУТИ, 2011. – 142 с.
70. Мамаев Н.С., Мамаев Ю.Н., Теряев Б.Г. Системы цифрового телевидения и радиовещания / Под ред. Н.С.Мамаева. – М.: Горячая линия-Телеком, 2007. – 254 с.
71. Мамчев Г.В. Основы радиосвязи и телевидения. – М.: Горячая линия-Телеком, 2007. – 416 с.
72. Мартынов Д., Оськин А. Рынок печатных СМИ в России и мире. – М.: Вершина, 2006. – 320 с.
73. Марысаев А.В. Смартфоны: тайны и открытия. – М.: Эксмо, 2006. – 64 с.
74. Марысаев Н.В. Мобильное фото и видео. – М.: Эксмо, 2006. – 64 с.
75. Мастерство продюсера кино и телевидения / Под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 863 с.
76. Медведев Г.С., Пташинский В.С. Adobe After Effects CS3 с нуля! – М.: Лучшие книги, 2008. – 272 с.
77. Мельникова Н.А. Медиапланирование. – М.: Дашков и К, 2009. – 180 с.
78. Мураховский В.И. Большая книга цифровой фотографии. – М.: Питер, 2012. – 304 с.
79. Назайкин А.Н. Медиапланирование. – М.: Эксмо, 2010. – 400 с.
80. Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%. – М.: Альбина Паблишерз, 2010. – 412 с.
81. Назайкин А.Н. Справочник рекламного агента. – М.: Эксмо, 2008. – 416 с.
82. Немировский Е.Л. Большая книга о книге. – М.: Время, 2010. – 1088 с.
83. Новая история фотографии / Под ред. М. Фризо. – СПб.: Machina; Андрей Наследников, 2008. – 334 с.
84. Обручев В. Adobe Premiere Pro CS5. Официальный учебный курс. – М.: Эксмо, 2011. – 496 с.
85. Огнев К. Мастерство продюсера кино и телевидения. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 863 с.
86. Огурчиков, П. К. Профессия - продюсер кино и телевидения. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 711 с.
87. Олифер В. Г. Компьютерные сети. – СПб.: Питер, 2010. – 943 с.
88. Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.
89. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера / Под ред. Г.П.Иванова, П.К.Огурчикова, В.И.Сидоренко. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 720 с.
90. От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Отв. ред. Я.Н.Засурский, Е.Л.Вартанова. – М., 2000. – 253 с.

91. Павлов В.Н. Электронная аппаратура в творчестве звукорежиссёра. – СПб.: Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2011. – 268 с.
92. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы / Под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 711 с.
93. Радиовещание в России в 2011 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. О.Я.Ермолаевой, А.В.Шарикова. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2012. – 92 с.
94. Радиовещание в России в 2012году. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. О.Я.Ермолаевой, А.В.Шарикова. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2013 – 97с.
95. Радиовещание в России в 2013году. Состояние, тенденции и перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. О.Я.Ермолаевой, А.В.Шарикова. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2014 – 100 с.
96. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.
97. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В.Григорьева. - М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2012. - 88 с.
98. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В.Григорьева. - М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2013 – 92 с.
99. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В.Григорьева. - М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2014 – 98 с.
100. Российская полиграфия. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2012. – 74 с.
101. Российская полиграфия. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2013. – 112 с.
102. Российская полиграфия. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное

агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2014. – 96 с.
103. Севашко А.В. Звукорежиссура и запись фонограмм - профессиональное руководство. – М.: Додэка-XXI: Альтекс, 2007. – 432 с.
104. Симмонз Дж. Бренды и брендинг / Дж. Симмонз, Р. Клифтон, С. Ахмад. – М.: Олимп–Бизнес, 2008. – 352 с.
105. Ситников В. П. Техника и технология СМИ. – М.: Слово, 2005. – 415 с.
106. Современное книгоиздание: сборник материалов. – М.: ШКИМБ, 2010. – 303 с.
107. Стефанов С. И. Полиграфия от А до Я. – М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 560 с.
108. Столярова Е.С. Pinnacle Studio Plus. – М.: Эксмо, 2008. – 512 с.
109. Стронг Дж. Домашняя студия звукозаписи для "чайников". – М.: Диалектика, 2006. – 304 с.
110. Таггл К. А. Новости в телерадиоэфире. – М.: ГИТР, 2006. – 431 с.
111. Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. Е.Л.Вартановой и В.П.Коломийца. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2012. – 103 с.
112. Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. Е.Л.Вартановой и В.П.Коломийца. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2013. – 100 с.
113. Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы развития: Отраслевой доклад / Под ред. Е.Л.Вартановой и В.П.Коломийца. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям Российской Федерации, 2014. – 92 с.
114. Тулупов В. В. Дизайн периодических изданий. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 218 с.
115. Тулупов В. В., Колосов А. А., Цуканова М. И. и др. Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2008. – 318 с.
116. Харт Р. Фотография для «чайников». – М.: Диалектика, 2007. –368 с.
117. Харуто А.В. Монтаж и обработка фонограмм и видеозаписей. Работа с компакт-дисками: практическое руководство. – М.: ЛИБРОКОМ, 2010. – 128 с.
118. Хорошилов А.В., Селетков С.Н., Днепровская Н.В. Управление информационными ресурсами. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 272 с.
119. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 495 с.
120. Шергова К.А. Документальный телефильм: первые шаги. – М., 2011. – 235 с.

121. Щепилова, Г. Г. Реклама в СМИ. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. – 456 с.
122. Щепилова Г.Г. Реклама в экономической структуре СМИ. – М.: МедиМир, 2006. – 168 с.
123. Экономика и менеджмент в СМИ / Отв. ред. Е.Л.Вартанова, науч. ред. Н.В.Ткачева. – М.: ВК, 2005. – 126 с.
124. Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник-2008 / Отв. ред. и сост. Е. Л. Вартанова, науч. ред. Н. В. Ткачёва. – М., 2009. – 124 с.
125. Эриашвили, Н. Д. Книгоиздание: менеджмент и маркетинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 303 с
126. Яковлев Г.А. Коммерция в средствах массовой информации. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 143 с.

127. Chong A. Digital animation. – Lausanne, Switzerland: AVA, 2008. – 176 p.
128. Constandinides C. From film adaptation to post-celluloid adaptation: rethinking the transition of popular narratives and characters across old and new media. – New York; London: Continuum, 2010. – 166 p.
129. Cummings T. J., LeMaire B. Print media distribution: a look at infrastructure, systems and trends. / T.J. Cummings with B.LeMaire. – Rochester, NY: RIT Cary Graphic Arts Press, 2008. – 153 p.
130. Digital dividend review: a consultation. – London: Ofcom, 2006. – 153 p.
131. Enticknap L. Moving image technology: from zoetrope to digital. – London; New York: Wallflower, 2005. – 280 p.
132. Flow TV: television in the age of media convergence. / Kackman M (ed.), Binfield M. (ed.), Payne M.T. (ed.), Perlman A. (ed.), Sebok B. (ed.). – New York; London: Routledge, 2011. – 291 p.
133. Fossatti G. From grain to pixel: the archival life of film in transition. – Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009. – 320 p.
134. Growth and dynamics of maturing new media companies. / Dal Zotto C. (ed.). – Jonkoping, Sweden: Jonkoping Business School, 2005. – 242 p.
135. New media, old media: a history and theory reader. / Chun W.H.K. (ed.), Keenan T. (ed.). – New York; London: Routledge, 2006. – 418 p.
136. Relocating television: television in the digital context. / Gripsrud J. (ed.). – London; New York: Routledge, 2010. – 275 p.
137. Rizzo K. E. Total production maintenance: a guide for the printing industry. – Pittsburg: PIA/GATFPress, 2008. – 264 p.
138. Rombes N.D. Cinema in digital age. – London; New York: Wallflower, 2009. – 171 p.
139. Sequences: contemporary chronophotography and experimental digital arts. / St George P. (ed.). – London; New York: Wallflower, 2009. – 196 p.

140. Simon J. New business models for audiovisual content. – London: British Screen Advisory Council, 2005. – 57 p.
141. Sound and music in film and visual media: an overview. / Harper G. (ed.), Doughty R. (ed.), Eisentraut J. (ed.). – New York; London: Continuum, 2009. – 877 p.
142. Technology evolution and the Internet. 2005. - 663 p.
143. Tribe M., Jana R. New media art. / Grosenick U. (ed.). – Hong Kong; Koeln; London: Taschen, 2007. – 95 p.
144. Tryon C. Reinventing cinema: movies in the age of media convergence. – New Brunswick, NJ; London: Rutgers University Press, 2009. – 215 p.
145. Ulin J. The business of media distribution: monetizing film, TV and video content. – Amsterdam; Boston; London: Elsevier, 2010. – 509 p.
146. Wilson A., Wright R., Polfreman M. et al. Digital moving images and sound archiving study. / Wilson A., Wright R., Polfreman M., Anderson S., Tanner S., Beer E. – London: Arts and Humanities Resaerch Board, 2006. – 120 p.
147. Wood A. Digital encounters. – London; New York: Routledge, 2007. – 188 p.

Интернет-ресурсы

1. Виртуальный музей информатики. // Сайт "Schools.keldysh.ru". URL: http://schools.keldysh.ru/sch444/museum/ (Дата обращения: 17.11.2011)
2. Информационные технологии. // Сайт "kon-maksim.narod.ru". URL: http://kon-maksim.narod.ru/ (Дата обращения: 17.11.2011)
3. История развития форматов видеозаписи. // Сайт "Ваше новое видео ". URL: http://www.vn-video.ru/main.mhtml?Part=8&PubID=76. (Дата обращения: 17.11.2011)
4. История радио и мобильной связи // Портал "Связист". URL: http://sviazist.nnov.ru/modules/myarticles/article.php?storyid=422. (Дата обращения: 17.11.2011)
5. Книгоиздание. // Сайт "Энциклопедия Кругосвет". URL: http://www.krugosvet.ru/enc/nauka_i_tehnika/tehnologiya_i_promyshlennost/KNIGOIZDANIE.html?page=0,0. (Дата обращения: 17.11.2011)
6. Концепция федеральной целевой программы "Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2015 годы". // Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. URL: http://old.minsvyaz.ru/3495/3496/3514/2405.shtml. (Дата обращения: 17.11.2011)
7. Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России www.akarussia.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
8. Сайт Гильдии издателей периодической печати www.gipp.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)

9. Сайт журнала "Звукорежиссёр". URL: http://audioproducer.625-net.ru/ (Дата обращения: 17.11.2011)
10. Сайт журнала "Техника и технологии кино". URL: http://ttk.625-net.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
11. Сайт журнала "625". URL: http://625.625-net.ru.
12. Сайт журнала "Broadcasting. Телевидение и радиовещание". URL: http://www.broadcasting.ru/main.php. (Дата обращения: 17.11.2011)
13. Сайт "Музей радио и телевидения". URL: http://www.tvmuseum.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
14. Сайт Российской академии радио. URL: http://www.radioacademy.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
15. Сайт "Сотовик.ru". URL: http://www.sotovik.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
16. Сайт "Фотожурнал ХЭ". URL: http://photo-element.ru/. (Дата обращения: 17.11.2011)
17. Сайт "Mobiser,ru". URL: http://www.mobiset.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
18. Сайт "PHOTOGRAPHER.RU". URL: http://www.photographer.ru. (Дата обращения: 17.11.2011).
19. Сайт "Pressa.ru". URL: http://pressa.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
20. Сайт "radiobooks.ucoz.ru". URL: http://radiobooks.ucoz.ru/. (Дата обращения: 17.11.2011)
21. Сайт "Sostav.ru". URL: http://www.sostav.ru. (Дата обращения: 17.11.2011)
22. Словарь терминов мобильной связи. // Сайт "Mobiser,ru". URL: http://www.mobiset.ru/glossary/. (Дата обращения: 17.11.2011)
23. Форматы видеозаписи. // Сайт "Студия Видеотон". URL: http://www.studio-videoton.ru/Theory/formats_vidoe.html. (Дата обращения: 17.11.2011)
24. Энциклопедия полиграфии. // Сайт "Полиграфия. printing-web-3.ru". URL: http://printing.web-3.ru/definitions/press/digit/ (Дата обращения: 17.11.2011)
25. Web site “Center for the history of the book”. URL: http://www.hss.ed.ac.uk/chb/ (Дата обращения: 22.11.2011)
26. History. // Web site “Planet Typography”. URL: http://www.planet-typography.com/directory/histoire.html. (Дата обращения: 22.11.2011)
27. Web site “The international printing museum”. URL: (Дата обращения: 22.11.2011)

Специальные периодические издания

1. Беспроводные технологии
2. Бренд-менеджмент
3. Бухгалтер и компьютер
4. Бухгалтерский учёт в издательстве и полиграфии

5. Вестник Астраханского государственного технического университета Серия: Управление, вычислительная техника и информатика (ВАК)
6. Вестник ВГИК (ВАК)
7. Вестник компьютерных и информационных технологий. (ВАК)
8. Вестник медиаобразования
9. Вестник Московского университета. Серия: Журналистика. (ВАК)
10. Вестник Самарского муниципального института управления. (ВАК)
11. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент. (ВАК)
12. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Филология. Востоковедение. Журналистика. (ВАК)
13. Вестник связи. (ВАК)
14. Вестник электронных и печатных СМИ.
15. Вопросы радиоэлектроники. Серия: Техника телевидения. (ВАК)
16. Вы и Ваш компьютер.
17. Дайджест "Бизнес-коммуникации: маркетинг, реклама, PR + CD".
18. Дайджест "Маркетинг&Менеджмент".
19. Дайджест "Управление организацией и бизнес-процессами" + DVD
20. Директор по маркетингу и сбыту.
21. Директор по персоналу.
22. Дистрибуция: построение и управление. Альманах.
23. Железо+DVD.
24. Журналист.
25. Звукорежиссёр.
26. Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации.
27. Известия РАН. (ВАК) Теория и системы управления.
28. Издательское дело и полиграфия.
29. Индустриальный и b-2-b маркетинг.
30. Инновационный менеджмент.
31. Интернет Вести.
32. Интернет-вестник ВолгГАСУ (электронный журнал). (ВАК)
33. Интернет-маркетинг.
34. Интернет. Ресурсы.
35. Инфокоммуникационные технологии. (ВАК)
36. Информатизация и системы управления в промышленности. (ВАК)
37. Информатика. Реферативный журнал. ВИНИТИ.
38. Информационно-управляющие системы. (ВАК)
39. Информационные технологии в бизнесе.
40. ИнформКурьер-связь.
41. Искусство кино. (ВАК)
42. Кабельщик.
43. Кадровая служба и управление персоналом предприятия.
44. Кадровик. (ВАК)

45. Кадровое дело.
46. Кинобизнес сегодня.
47. Киномеханик.
48. Компьюарт.
49. Компьютер-информ (электронное издание).
50. Компьютер - Mouse.
51. Компьютер в бухгалтерском учёте и аудите.
52. Компьютерные программы для фирм.
53. Компьютерпресс.
54. Культура: управление, экономика, право.
55. Логистика и управление цепями поставок. (ВАК)
56. Лучшие компьютерные игры.
57. Маркетинг. (ВАК)
58. Маркетинг в России и зарубежом.
59. Маркетинг и маркетинговые исследования. (ВАК)
60. Маркетинг Менеджмент.
61. Маркетинг при малом бюджете. Альманах.
62. Маркетинг услуг.
63. Маркетинговые коммуникации.
64. Маркетолог.
65. Медиаальманах. (ВАК)
66. Медиаобразование.
67. Медиаскоп. (ВАК)
68. Медиапрофи.
69. Менеджер по персоналу.
70. Менеджмент в России и за рубежом. (ВАК)
71. Менеджмент и бизнес-администрирование.
72. Менеджмент и кадры: писхология управления, соционика и социология.
73. Менеджмент инноваций.
74. Менеджмент качества.
75. Менеджмент качества. Нормативно-правовые акты и методические материалы на CD.
76. Менеджмент сегодня.
77. Методы менеджмента качества.
78. Мир компьютерной автоматизации: встраиваемые компьютерные системы.
79. Мой друг, компьютер.
80. Мир лингвистики и коммуникации (электронный научный журнал). (ВАК)
81. Мир науки, культуры, образования. (ВАК)
82. Мир ПК+DVD.
83. Мир техники кино. (ВАК)
84. Мир экономики и права. (ВАК)
85. Мобильные телекоммуникации. Mobile telecommunications.

86. Новости маркетинга.
87. Новости менеджмента.
88. Новости рекламы.
89. Новый маркетинг.
90. Новый менеджмент.
91. Персонал компании: управление, развитие, мотивация.
92. Подбор персонала.
93. Полиграфист. В помощь руководителю и главному бухгалтеру. (ВАК)
94. Полиграфия.
95. Правовые вопросы связи.
96. Право и управление. XXI век. (ВАК)
97. Практика рекламы.
98.Практический маркетинг. (ВАК)
99.Проблемы передачи информации. (ВАК)
100. Проблемы теории и практики управления. (ВАК)
101. Проблемы управления / Control Sciences. (ВАК)
102. Промышленный маркетинг: теория и практика.
103. Радио.
104. Радиоаматор.
105. Радиоконструктор.
106. Радиолюбитель.
107. Радиомир.
108. Радиомир. КВ и УКВ.
109. Радиосвязь. Радиовещание. Телевидение.
110. Радиосхема.
111. Радиотехника. (ВАК)
112. Радиотехника и электроника. (ВАК)
113. Радиохобби.
114. Реклама и право.
115. Реклама. Теория и практика.
116. Рекламные идеи.
117. Рекламодатель. теория и практика.
118. Российский журнал менеджмента. (ВАК)
119. Российское фото.
120. Связинформ.
121. Связь.
122. Сервисный центр.
123. Сети и системы связи. (ВАК)
124. Служба кадров и персонал.
125. Спецтехника и связь. (ВАК)
126. Спутниковая связь и вещание.
127. Спутниковые системы связи и вещания.
128. Стратегический менеджмент.

129. Театр. Живопись. Кино. Музыка. (ВАК)
130. Теория и техника радиосвязи. (ВАК)
131. Техника кино и телевидения.
132. Техника и технологии кино.
133. Технологии и средства связи.
134. Услуги связи: бухгалтерский учёт и налогообложение.
135. Управление каналами дистрибуции.
136. Управление качеством.
137. Управление корпоративной культурой.
138. Управление корпоративными финансами.
139. Управление персоналом. (ВАК)
140. Управление проектами. (ВАК)
141. Управление развитием персонала.
142. Управление человеческим потенциалом.
143. Управленческий учёт. (ВАК)
144. Финансовый менеджмент.
145. Фотомастерская.
146. Фундаментальные и прикладные проблемы техники и технологии. (ВАК)
147. Хакер.
148. Экономика транспорта, связи и телекоммуникаций.
149. Электросвязь.
150. 625.
151. Broadcasting. Телевидение и радиовещание.
152. Chip.
153. CIO (Chief Information Officer) / Руководитель информационной службы.
154. Computer Bild+DVD.
155. Computerworld Россия.
156. Connect. Мир связи.
157. Digital Photo.
158. Hard'N'Soft+DVD.
159. HR-менеджмент. Практика управления персоналом.
160. IT Manager / Администратор информационных технологий.
161. IT News / Новости информационных технологий.
162. Mobile Magazine (Russian Mobile).
163. Mobile News Review / Мобильные новости - обозрение.
164. MSDN Magazine
165. PC Magazine / Re. Персональный компьютер сегодня (с приложением на CD-ROM).