

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОЛЖСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Н. ТАТИЩЕВА» (ИНСТИТУТ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 Т.Б. Исакова

« 19 » июня 2019

Рабочая программа дисциплины

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ

направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Профиль: периодическая печать

Уровень высшего образования – бакалавриат


Тольятти 2019

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

Рабочая программа дисциплины

Обсуждена и рекомендована к использованию и (или) изданию решением кафедры «РГФ и Ж»

от «31» мая 2019 г., протокол № 09

Зав. кафедрой «РГФ и Ж»  _____ Круглякова Г. В.

Одобрена Учебно-методическим советом вуза

от «19» июня 2019 г., протокол № 05

Председатель  _____ Исакова Т. Б.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММЫ.....	5
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	5
3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	7
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
5.1. Календарно-тематическое планирование	7
5.2. Краткое содержание лекционного курса.....	8
5.3. Тематика практических/семинарских занятий.....	10
5.4. Тематика лабораторных занятий	12
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	12
6.1. Основная литература.	12
6.2. Иная литература.	13
6.3. Ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет».15	
7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	15
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
8.1. Образовательные технологии	17
8.2. Занятия лекционного типа.....	17
8.3. Занятия семинарского /практического типа	17
8.4. Самостоятельная работа обучающихся	18
8.5. Эссе (реферат).....	20
8.6. Групповые и индивидуальные консультации	21
8.7. Оценивание по дисциплине	21
8.8. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	25
9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ	

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ..... 26

10. НЕОБХОДИМАЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА.... 26

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает требования к образовательным результатам и результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, уровень - бакалавриат.

Программа разработана в соответствии с требованиями Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 05.04.2017 № 301.

Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на государственном языке РФ.

Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах характеризует ее объем, как части образовательной программы. Величина зачетной единицы 36 часов.

Качество обучения по дисциплине определяется в рамках внутренней системы оценки, а также внешней системы оценки, в которой образовательная организация может принимать участие на добровольной основе в рамках профессионально-общественной аккредитации.

К оценке качества обучения могут привлекаться работодатели и их объединения с целью подготовки обучающихся в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями рынка труда к специалистам данного профиля.

В целях совершенствования образования к оценке качества также могут привлекаться обучающиеся, которым предоставляется возможность выразить свое мнение относительно условий, содержания и качества учебного процесса.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Цель дисциплины: подготовка специалиста, владеющего знаниями, умениями и навыками экономического анализа в области средств массовой информации в ее основных формах и конкретных видах информационно-управленческой деятельности.

Задачи: ознакомить обучающихся с работой СМИ как бизнеса и с составляющими этой деятельности; помочь в выработке первичных навыков

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»
практической деятельности в области редакционно-издательского маркетинга, финансового планирования и редакционного менеджмента.

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Наименование компетенции	Код компетенции
Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2
Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	ОПК-2.1
Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	ОПК-2.2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная учебная дисциплина (модуль) относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 42.03.02 Журналистика, уровень высшего образования - бакалавриат.

В методическом плане дисциплина (модуль) опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных дисциплин (модулей): «Введение в профессию», «Основы теории журналистики», «Социология журналистики», «История отечественной журналистики», «История зарубежной журналистики», «Система СМИ», «Основы журналистской деятельности», «Техника и технология СМИ», «Экономика», «Правовые основы журналистики».

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят осваивать теоретический материал учебной дисциплины (модуля) и реализовывать практические задачи.

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

уметь: опираться на полученные теоретические знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

знать: систему общественных и государственных институтов и механизмы их функционирования и тенденции развития

владеть навыками: принципом объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как «Основы рекламы и публичных отношений в СМИ», в спецсеминарах, развивающих тематику курса, профессионально-творческих студиях и в ходе преддипломной практики.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	
Общая трудоёмкость дисциплины	72 час 2 з.е.
Контактная работа с преподавателем (всего)	9 час
В том числе:	
Лекции	4 час
Практические / семинарские занятия	4 час
Консультации	1 час
Самостоятельная работа (всего)	54 час
В том числе (если есть):	
Курсовой проект / работа	
Контрольная работа	
Реферат / эссе / доклад	40
Иное	54 час
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	экзамен

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Календарно-тематическое планирование

№ п/п	Тема	Количество часов на				Форма контроля
		лекции и	практические /семинарские занятия	индивидуальные занятия	самостоятельную работу	
1	Экономическая природа СМИ	1	1		9	реферат
2	Специфика рынка	1	1		9	реферат

№ п/п	Тема	Количество часов на				Форма контроля
		лекции и	практические /семинарские занятия	индивидуальные занятия	самостоятельную работу	
	СМИ					
3	Экономические особенности печатных СМИ	1			9	реферат
4	Экономические особенности электронных СМИ	1			9	реферат
5	Финансирование медиапредприятия		1		9	реферат
6	Управление медиапредприятием		1		9	реферат
	Итого	4	4		54	
	Промежуточная аттестация					экзамен

5.2. Краткое содержание лекционного курса

Экономическая природа СМИ

Понятия «СМИ» и «медиа». Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта (генерация, агрегация, дистрибуция, консумация). Цепочка создания ценности в медиаиндустрии. Материальные и нематериальные ресурсы в производстве СМИ. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал». СМИ и индустрия свободного времени. СМИ и индустрия развлечений. СМИ и культурная индустрия.

Специфика рынка СМИ.

СМИ в экономической системе страны. Открытые и закрытые рынки СМИ. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа. Депрофессионализация СМИ. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ. Конкуренция на рынке СМИ.

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

Эластичность спроса на СМИ. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала. Формы собственности на рынке СМИ. Кластеризация. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель». Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ.

Экономические особенности печатных СМИ.

Печатный сектор на медиарынке. Зонтичная конкуренция. Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет и традиции чтения. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Аудитория журналов и традиции чтения. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная реализация. Рынок книгоиздания.

Экономические особенности электронных СМИ.

Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Платное кабельное и спутниковое ТВ. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио. Ведущие радиокomпании России и зарубежных стран. Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие Интернет-компании России и зарубежных стран.

Финансирование медиапредприятия.

Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Основные показатели медиапланирования. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиainдустрии. Государственная поддержка СМИ.

Управление медиапредприятием.

Профессии медиainдустрии. Специализации и профили

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»
медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники». Организационно-правовые формы медиапредприятий. Структура медиапредприятия. Органы управления медиапредприятия. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. Стратегии развития медиапредприятий.

5.3. Тематика практических/семинарских занятий

1. Организационно-правовые формы медиапредприятий.

Коммерческие: Хозяйственное общество: редакция ООО (общество с ограниченной ответственностью), редакция ОДО (общество с дополнительной ответственностью). Акционерное общество: редакция ОАО (открытое акционерное общество), редакция ЗАО (закрытое акционерное общество). Производственный кооператив. Унитарное предприятие: редакция ГУП (государственное унитарное предприятие), редакция МУП (муниципальное унитарное предприятие). Некоммерческие: редакция ГУ (государственное учреждение), редакция МУ (муниципальное учреждение), редакция АНО (автономная некоммерческая организация).

Рекомендуемая литература

1. *Ворошилов, В.В.* Экономика журналистики : конспект лекций . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 62 с.

2. *Ворошилов, В.В.* Журналистика : учебник. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 655 с.

3. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.

4. *Гуревич, С. М.* Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие рек. УМО . - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.

5. *Иваницкий В.Л. Назаров А.А. Щепилова Г.Г.* Основы медиамаркетинга. – М., 2007.

6. *Иваницкий, В. Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<https://www.biblio-online.ru/bcode/424881>

2. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».

Раскрыть сущность понятий «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель», указать преимущества и недостатки, особенности.

Рекомендуемая литература

1. *Ворошилов, В.В.* Экономика журналистики : конспект лекций . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 62 с.
2. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
3. *Гуревич, С. М.* Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие рек. УМО . - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.

3. Печатный сектор на медиарынке.

Раскрыть понятие «Медиа», обозначить функции, отметить маркетинговые механизмы регулирования. Понятие отраслевых рынков. Типы отраслевых рынков. Барьеры входа на медиарынок.

Рекомендуемая литература

1. *Киверин, В.И.* Экономика редакции газеты : учеб. пособие / Киверин, Валентин Иванович. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 106 с.
2. *Прохоров Е.П.* Правовые и этические нормы в журналистике. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 255с. - *Режим доступа ЭБС КнигаФонд*
3. *Репкова Т.* Новое время. Как создать профессиональную газету в демократическом обществе. – М., 2004.
4. Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2006.
5. *Беглов С.И.* Четвертая власть: британская модель. – М., 2002.

4. Телевизионный сектор на медиарынке.

Группы телевизионной индустрии. Предприятия телеиндустрии. Характеристика аудиовизуального сектора СМИ. Экономические особенности.

Рекомендуемая литература

1. *Браун Д., Куол У.* Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.
2. *Щепилова Г.Г.* Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.
3. *Энциклопедия мировой индустрии СМИ.* / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.
4. *Кирия И.В.* Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

5. Радиальный сектор на медиарынке.

Формирование радиорынка. Современный радиорынок. Медиа холдинги. Основные источники доходов сетей.

Рекомендуемая литература

1. Браун Д., Куол У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.

2. Щетилова Г.Г. Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.

3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.

4. Кирия И.В. Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

6. Рынок электронных и онлайн-СМИ.

Интернет пространство как инструмент современных процессов глобализации. Электронная коммерция. Взаимодействие традиционных СМИ и Интернета. Современные технологии. Востребованность новых форм СМИ. Реклама. Перемещение СМИ в среду Интернет.

Рекомендуемая литература

1. Браун Д., Куол У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.

2. Щетилова Г.Г. Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.

3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.

4. Кирия И.В. Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

5.4. Тематика лабораторных занятий

Лабораторные работы не предусмотрены

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

6.1. Основная литература.

Ворошилов, В.В. Экономика журналистики : конспект лекций . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 62 с.

Ворошилов, В.В. Журналистика : учебник . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 655 с.

Гуревич, С. М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

рек. УМО. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.

Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ . [Текст] : учебное пособие рек. УМО. - М. : Аспект Пресс, 2009. -288с.

Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<https://www.biblio-online.ru/bcode/424881>

Киверин, В.И. Экономика редакции газеты : учеб. пособие / Киверин, Валентин Иванович. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 106 с.

6.2. Иная литература.

Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. – М.,1991.

Баранова Е.А. КОНВЕРГЕНТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры-2015=1

Батурин, Ю. М. Закон о СМИ : на перекрестке веков и мнений [Текст] - М. : Издание Союза журналистов России, 2004. - 532 с.

Браун Д., Куол У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.

Беглов С.И. Империя меняет адрес. – М., 1997.

Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. – М., 2002.

Блинова М.В. СМИ Японии. Медиабизнес, традиции, культура. – М, 2008.

Блинова О.Н. Медиаимперии России. Под властью государства и олигархии. – М., 2001.

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.

Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов, – М., 2004.

Иваницкий В.Л. Назаров А.А. Щепилова Г.Г. Основы медиамаркетинга. – М., 2007.

Келлисон К. Продюсирование на телевидении. Практический подход. – Минск, 2008.

Кирия И.В. Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

Круглов Е.В. Пресса Южной Кореи. – М., 2005.

Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста : учебник рек. УМО. -М. : Аспект Пресс,2013. - 224с.

Любимов Б.И. Общественное вещание: британская модель. – М., 2006.

Макеенко М.И. Ежедневная печать: американский опыт конца XX

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика» столетия. 1995 – 2000. – М., 2004.

Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М., 1999.

Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%. – М., 2007.

Назайкин А.Н. Эффективная реклама в прессе. – М., 2001.

Национальные модели информационного общества. / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2004.

Огурчиков П.К. Сидоренко В.И., Падейский В.В. Мастерство продюсера кино и телевидения. – М., 2008.

Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М., 2003.

Основы медиабизнеса. Под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2009.

Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период. Право, общество и национальная идентичность. – М., 2000.

Прохоров Е.П. Правовые и этические нормы в журналистике. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 255с.-Режим доступа ЭБС КнигаФонд

Рантанен Т. Глобальное и национальное. Масс-медиа и коммуникации в посткоммунистической России. – М., 2004.

Репкова Т. Новое время. Как создать профессиональную газету в демократическом обществе. – М., 2004.

Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438089>

Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2006.

Ткачева Н.В. Индия. Медиасистема в условиях либерализации экономики. – М., 2009

Ткачева Н.В. Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. – М., 2003.

Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М., 2004.

Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. – М., 2004.

Шарончикова Л.В. Пресса Франции в меняющемся мире. – М., 2007.

Щепилов К.В. Медиаисследования и медиапланирование. – М., 2004.

Щепилова Г.Г. Как продать рекламу в газете. – М., 2004.

Щепилова Г.Г. Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.

Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.

6.3. Ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет».

1. ЭБС biblio-online.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Промежуточным контролем знаний обучающихся в течение обучения являются письменные работы по ключевым темам читаемой дисциплины.

Формой итогового контроля знаний обучающихся является экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения профессиональных и творческих задач.

Фонд оценочных средств сформированности компетенций включает в себя оценочные средства:

- вопросы к зачёту/экзамену;
- примерные темы рефератов/докладов/эссе/сообщений;

Вопросы к экзамену

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»
3. Жизненный цикл медиапродукта
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал»
5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ
6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг
7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления
8. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа
9. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация
10. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала
11. Формы собственности на рынке СМИ
12. Типы концентрации СМИ. Кластеризация
13. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»
14. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ
15. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ

16. Экономические особенности телевизионной индустрии

17. Типы телевизионных каналов

18. Телевизионное программирование

19. Аналоговое и цифровое вещание

20. Экономические особенности индустрии радио

21. Типы радиостанций

22. Программирование радиостанций

23. Экономические особенности газетной индустрии

24. Типы газетных изданий

25. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция

26. Экономические особенности журнальной индустрии

27. Типы журнальных изданий

28. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ

29. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ

30. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств

31. Методы измерения аудитории СМИ

32. Основные показатели медиапланирования

33. Организационно-правовые формы медиапредприятий

34. Органы управления медиапредприятием. Собственники и менеджмент

35. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления

36. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка

Примерные темы рефератов

1. Бюджет медиапредприятия

2. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран

3. Собственники медиакомпаний.

4. Подписка и розничная реализация.

5. Особенности журнальной индустрии.

6. СМИ и культурная индустрия.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

8.1. Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими / практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

8.2. Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

Лекционный курс дает наибольший объем информации и обеспечивает более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

8.3. Занятия семинарского /практического типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях формирования умений и навыков и охватывают все основные разделы.

Основным методом проведения практических занятий являются упражнения, а также обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор качества выполнения упражнений в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- выполнение заданий;
- участие в дискуссиях;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

8.4. Самостоятельная работа обучающихся

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе - самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для изучения дополнительной научной литературы по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций ведущих российских и зарубежных специалистов в профессиональной сфере, а также для отработки практических навыков.

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в устной, письменной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

8.4.1. Выполнение домашнего задания

Домашнее задание оценивается по следующим критериям:

- Степень и уровень выполнения задания;
- Аккуратность в оформлении работы;
- Использование специальной литературы;
- Сдача домашнего задания в срок.

8.5. Эссе (реферат)

Реферат — индивидуальная письменная работа обучающегося, предполагающая анализ изложения в научных и других источниках определенной научной проблемы или вопроса.

Написание реферата практикуется в учебном процессе в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выстраивания логики изложения, выделения главного, формулирования выводов.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 10—15 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны.

Как правило, реферат имеет стандартную структуру: титульный лист, содержание, введение, основное содержание темы, заключение, список использованных источников, приложения.

Оценивается оригинальность реферата, актуальность и полнота использованных источников, системность излагаемого материала, логика изложения и убедительность аргументации, оформление, своевременность срока сдачи, защита реферата перед аудиторией.

При своевременной защите работа оценивается наивысшим баллом, при опоздании на 1 неделю балл снижается на 1, при опоздании на 2 недели балл снижается еще раз на 1. При опоздании более чем на 2 недели работа не оценивается.

8.6. Групповые и индивидуальные консультации

Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить консультации за счет общего бюджета времени, отведенного на контактную работу.

8.7. Оценивание по дисциплине

Электронная информационно-образовательная среда организации позволяет формировать электронное портфолио обучающегося за счет сохранения его работ и оценок.

Оценки ставятся по 5-балльной шкале. Округление оценки производится в пользу студента.

Критерии оценочного средства опрос на семинарских \ практических занятиях по заранее предложенному плану

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	полнота раскрытия формулировок плана: 85-100%; выполнение практического задания – с 1-2 замечаниями
4 (хорошо)	Базовый	полнота раскрытия формулировок плана: 70-85%; выполнение практического задания – с 3-5 замечаниями
3 (удовлетворительно)	Пороговый	полнота раскрытия формулировок плана: 50-69%; выполнение практического задания – с 5-7 замечаниями
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	полнота раскрытия формулировок плана: менее 50%; выполнение практического задания – с 8 и более замечаниями

Критерии оценочного средства письменная аудиторная контрольная работа

Балл (интервал баллов)	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	Контрольная работа выполнена в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержит 1-2 неточности; полнота анализа текста составляет 85-100%.
4 (хорошо)	Базовый	Контрольная работа выполнена, в основном, в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержат 2-4 неточности; полнота анализа текста составляет 70-84% и требует наводящих и уточняющих

Балл (интервал баллов)	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
		вопросов преподавателя.
3 (удовлетворительно)	Пороговый	В контрольной работе выявлены отступления от предъявляемых требований, обнаружены более 5 концептуальных неточностей; полнота анализа текста составляет 50-69%; формулировки не продуманы и требуют уточнения.
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	Контрольная работа не соответствует предъявляемым требованиям, содержат более 8 концептуальных неточностей; полнота анализа текста составляет менее 50%; формулировки путаные, нечеткие, содержат множество грамматических ошибок; или работа не выполнена вовсе.

Критерии оценочного средства доклад, презентация материала доклада.

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	Заявленная тема раскрыта полно. Основные требования к жанру доклада выполнены, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, продемонстрировано владение научным терминологическим аппаратом, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
4 (хорошо)	Базовый	Заявленная тема раскрыта достаточно. Основные требования к жанру доклада, в целом, выполнены. Продemonстрировано владение научным терминологическим аппаратом; основные требования к презентации доклада выполнены, но при этом допущены недочёты: имеются неточности в изложении материала, не

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
		выдержан объем работы, на отдельные дополнительные вопросы даны неполные ответы.
3 (удовлетворительно)	Пороговый	Заявленная тема раскрыта неполно. Имеются существенные отступления от требований к жанрам реферата, доклада. Владение научным терминологическим аппаратом затруднено, в изложении материала присутствует непоследовательность, структурирование работы не продумано, порой алогично. Основные требования к презентации доклада выполнены не в полном объеме.
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	Заявленная тема не раскрыта, проявлено существенное непонимание проблемы. Автор не владеет научным терминологическим аппаратом, оформление не соответствует требованиям; либо работа не выполнена вовсе. Презентация не осуществлена.

Критерии оценочного средства экзамен

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	Студент ясно и четко сформулировал ответы на теоретические вопросы, проиллюстрировал ответы дополнительным материалом, показал грамотное использование понятийного аппарата дисциплины, правильно ответил на дополнительные вопросы
4 (хорошо)	Базовый	Студент сформулировал ответы на теоретические вопросы, но допустил 2-3 неточности или неполно раскрыл суть одного из вопросов; показал грамотное использование понятийного аппарата дисциплины, недостаточно полно ответил на дополнительные вопросы.
3 (удовлетворительно)	Пороговый	Студент сформулировал полный ответ на половину теоретических вопросов, вторую

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
		половину вопросов раскрыл поверхностно, с 1-2 принципиальными ошибками; проявил недостаточное знание понятийного аппарата дисциплины; не смог ответить на дополнительные вопросы.
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	Студент не смог ответить ни на один из теоретических вопросов, либо ответил на каждый поверхностно, с принципиальными ошибками; проявил незнание понятийного аппарата дисциплины; не смог ответить на дополнительные вопросы.

Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу:

Критерии оценивания компетенции	Уровень сформированности компетенции	Итоговая оценка
Обучающийся не владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, демонстрирует отрывочные знания, не способен иллюстрировать ответ примерами, допускает множественные существенные ошибки в ответе	недопустимый	неудовлетворительно
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, допускает несколько существенных ошибок в ответе.	пороговый	удовлетворительно
Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал и способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач, но допускает отдельные несущественные ошибки.	базовый	хорошо
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал и способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач.	повышенный	отлично

8.8. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания прошедшими подготовку волонтерами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиамаериалы также используются и адаптируются с учетом индивидуальных особенностей обучения лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://biblio-online.ru>
2. КонсультантПлюс. - URL: <https://sps-consultant.ru>

10. НЕОБХОДИМАЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

При проведении занятий используется аудитории, оборудованные офисной мебелью, при необходимости используются аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием для отображения презентаций.

Перечень основного оборудования:

Ауд. Б - 403: офисная мебель на 28 мест, 10 ПК с доступом в Интернет и ЭИОС, объединенных в локальную сеть, экран 1 шт., проектор 1 шт., 1 ПК, звукоусиливающая аппаратура, на стенах планшеты для организации выставок работ студентов.

Ауд. Б - 405: офисная мебель на 28 мест, доска, рабочее место преподавателя.

Ауд. Б - 406: офисная мебель на 20 мест, 3 ПК, книжные шкафы, учебная литература.

Ауд. Б - 501: офисная мебель на 80 мест, демонстрационное оборудование: экран – 1 шт.; проектор – 1 шт.; ПК – 1шт. ПО: WindowsXP, OpenOffice, 7-zip, Microsoft Word Viewer, Microsoft Exel Viewer, Microsoft PowerPoint Viewer

Помещения для самостоятельной работы (Л-104, читальный зал) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для направления подготовки «Журналистика»

Интернет, и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Разработчик:

Кафедра «РГФИЖ»

ОАНО ВО «ВУиТ»

(место работы)

Доцент

(занимаемая должность)

Е.Ю. Егоркина

(инициалы, фамилия)