

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

**ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГИИ**  
Кафедра истории и теории культуры

## **МЕНЕДЖМЕНТ В МЕДИА ИНДУСТРИИ**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 51.03.01 – Культурология  
Профиль: «Культура массовых коммуникаций»

Уровень квалификации выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2020

**Менеджмент в медиа индустрии**

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

к. культурологии, доцент кафедры социокультурных практик и коммуникаций факультета культурологии РГГУ

В.Н. Мерзлякова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры истории и теории культуры

№ 17 от 15.06.2020

**ОГЛАВЛЕНИЕ****1. Пояснительная записка - 4**

1.1 Цель и задачи дисциплины - 4

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине - 4

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы - 5

**2. Структура дисциплины - 6****3. Содержание дисциплины - 11****4. Образовательные технологии - 12****5. Оценка планируемых результатов обучения - 13**

5.1. Система оценивания – 13

5.2. Критерии выставления оценок - 14

5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине - 15

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины - 17**

6.1. Список литературы - 17

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - 17

**7. Материально-техническое обеспечение дисциплины - 18****8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов- 18****9. Методические материалы - 20**

9.1. Планы семинарских занятий - 20

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ - 22

**Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины - 23

Приложение 2. Лист изменений - 25

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: познакомить студентов с подходами, теориями и практиками менеджмента в сфере медиа, а также с организацией медиа бизнеса в современной России и знакомство с зарубежными принципами и практиками. Общие принципы управления процессами изучаются в контексте специфики организаций и деятельности, связанных с созданием и трансляцией продуктов информационно характера.

Задачи дисциплины:

- изучить со студентами основные понятия, категории, направления в области менеджмента в медиа сфере;
- формировать и повысить навыки и знания в профессиональной сфере, способствующие развитию как аналитических, так и практических возможностей в области создания и продвижения информационной продукции;
- изучить особенности различных стратегий работы с информацией, а также получить общие сведения об организации медиабизнеса в России и мире.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-7	Способность владеть навыками проведения экспертизы и подготовка экспертных документов, сопровождающих принятие решений в социокультурной сфере	Сформировать и отработать навыки экспертизы и комплексного анализа информационных и развлекательных продуктов.
ПК-9	Способность разрабатывать проекты с учетом конкретных технологических, эстетических, экономических параметров	Уметь применить знания из области теории в решении практико-ориентированных задач в сфере продвижения продукции
ПК-10	Готовность пользоваться нормативными документами, определяющими параметры и стоимость проведения работ в разных сферах социокультурной деятельности	Умение проводить многофакторный анализ проектной документации иметь представления об этапах формирования бюджета проекта

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент в медиа индустрии» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана и изучается в 8-м семестре.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Теория медиа», «Массовая культура», «Технологии и практики современной рекламы».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для совершенствования учебной, исследовательской и профессиональной деятельности. Знания и компетенции, формируемые в ходе освоения учебного материала могут быть полезны в подготовке исследований, связанных с изучением медиасферы, практической профессиональной деятельности.

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч., промежуточная аттестация 18 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная					Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Введение в предмет менеджмент в сфере медиа: предмет, объект, цели и задачи	8	2					2	Устный опрос: знание ключевых определений
2	Понятие медиарынка. Типы медиарынков и возможности их изучения	8	2					2	Устный опрос: знание нескольких концепций, авторов, работ в предметной области
3	Понятие концентраций в медиабизнесе.	8	4					2	Дискуссия на семинаре
4	Принципы управления контентом на различных медиаплощадках	8	4					4	проектная работа в рамках семинарских занятий
5	Медиапланирование и управление репутационным капиталом компании	8	4					4	Устный опрос

6	Агенты рынка, создающие информационный контент	8		2			4	Дискуссия на тему
7	Теория повестки дня в практиках медиаосвещения	8		4			4	Проектная исследовательская работа
8	Лидеры мнений и эксперты в структуре медиазнания	8		4			4	Дискуссия на тему
9	Крупные медиакорпорации России и мира	8		4			4	Дискуссия на тему
10	Особенности развития медиаредакций. Конвергенция в медиа индустрии	8		4			6	Дискуссия на тему, опрос по прочитанному материалу
11	Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа. Жанровое разнообразие современного блоггинга	8		4			6	Дискуссия на тему
12	Принципы интерактивности и трансмедийности в политике продвижения информационного контента	8		4			6	Дискуссия на тему
	Экзамен	7				18		Итоговый доклад с презентацией или развернутая письменная работа
	<b>Итого:</b>		<b>16</b>	<b>26</b>		<b>18</b>	<b>48</b>	<b>108</b>

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 30 ч., самостоятельная работа обучающихся 60 ч., промежуточная аттестация 18 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная					Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Введение в предмет менеджмент в сфере медиа: предмет, объект, цели и задачи	8	2					2	Устный опрос: знание ключевых определений
2	Понятие медиарынка. Типы медиарынков и возможности их изучения	8	2					2	Устный опрос: знание нескольких концепций, авторов, работ в предметной области
3	Понятие концентраций в медиабизнесе.	8	2					2	Дискуссия на семинаре
4	Принципы управления контентом на различных медиаплощадках	8	4					4	проектная работа в рамках семинарских занятий
5	Медиапланирование и управление репутационным капиталом компании	8	4					4	Устный опрос
6	Агенты рынка, создающие информационный контент	8		2				4	Дискуссия на тему
7	Теория повестки дня в практиках медиаосвещения	8		2				6	Проектная исследовательская работа
8	Лидеры мнений и эксперты в структуре медиазнания	8		4				6	Дискуссия на тему

<b>9</b>	Крупные медиакорпорации России и мира	<b>8</b>		<b>2</b>			<b>8</b>	Дискуссия на тему
<b>10</b>	Особенности развития медиаредакций. Конвергенция в медиа индустрии	<b>8</b>		<b>2</b>			<b>8</b>	Дискуссия на тему, опрос по прочитанному материалу
<b>11</b>	Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа. Жанровое разнообразие современного блоггинга	<b>8</b>		<b>2</b>			<b>8</b>	Дискуссия на тему
<b>12</b>	Принципы интерактивности и трансмедийности в политике продвижения информационного контента	<b>8</b>		<b>2</b>			<b>8</b>	Дискуссия на тему
	Экзамен	<b>7</b>				<b>18</b>		Итоговый доклад с презентацией или развернутая письменная работа
	<b>Итого:</b>		<b>14</b>	<b>16</b>		<b>18</b>	<b>60</b>	<b>108</b>



### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 12 ч., самостоятельная работа обучающихся 87 ч., промежуточная аттестация 9 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная					Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинар	Практические	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Введение в предмет менеджмент в сфере медиа: предмет, объект, цели и задачи	8	1					8	Устный опрос: знание ключевых определений
2	Понятие медиарынка. Типы медиарынков и возможности их изучения	8	1					8	Устный опрос: знание нескольких концепций, авторов, работ в предметной области
3	Понятие концентраций в медиабизнесе.	8	1					9	Дискуссия на семинаре
4	Принципы управления контентом на различных медиаплощадках	8	1					9	проектная работа в рамках семинарских занятий
5	Медиапланирование и управление репутационным капиталом компании	9						6	Устный опрос
6	Агенты рынка, создающие информационный контент	9						6	Дискуссия на тему
7	Теория повестки дня в практиках медиаосвещения	9						6	Проектная исследовательская работа
8	Лидеры мнений и эксперты в	9						6	Дискуссия на тему

	структуре медиазнания								
<b>9</b>	Крупные медиакорпорации России и мира	<b>9</b>		<b>2</b>				<b>8</b>	Дискуссия на тему
<b>10</b>	Особенности развития медиа редакций. Конвергенция в медиа индустрии	<b>9</b>		<b>2</b>				<b>7</b>	Дискуссия на тему, опрос по прочитанному материалу
<b>11</b>	Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа. Жанровое разнообразие современного блоггинга	<b>9</b>		<b>2</b>				<b>7</b>	Дискуссия на тему
<b>12</b>	Принципы интерактивности и трансмедийности в политике продвижения информационного контента	<b>9</b>		<b>2</b>				<b>7</b>	Дискуссия на тему
	Экзамен	<b>9</b>					<b>9</b>		Итоговый доклад с презентацией или развернутая письменная работа
	<b>Итого:</b>		<b>4</b>	<b>8</b>			<b>9</b>	<b>87</b>	<b>108</b>

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела и дисциплины	Содержание
1	Введение в предмет менеджмент в сфере медиа: предмет, объект, цели и задачи	Медиаменеджмент как дисциплина: объект, предмет, цели и задачи. Микро- и макро-уровни управления.
2	Понятие медиарынка. Типы медиарынков и возможности их изучения	Типы рынков. СМИ как агент на рынке товаров и услуг. Медиа в системе современных культурных индустрий
3	Понятие концентраций в медиабизнесе.	Понятие концентрации в бизнесе. Примеры монополизации медийных рынков. Типы концентраций.
4	Принципы управления контентом на различных медиаплощадках	Особенности контента и стратегий публикационной активности с учетом специфика конкретной площадки. Проблемы и возможности мультиплатформенного размещения контента.
5	Медиапланирование и управление репутационным капиталом компании	Понятие медиапланирования. Медиа и реклама. Репутационный капитал как основа символического статуса.
6	Агенты рынка, создающие информационный контент	Профессионалы и любители в битве за создаваемый контент: вызовы, возможности и ограничения, появившиеся с развитием эпохи интернет-журналистики
7	Теория повестки дня в практиках медиаосвещения	Теория повестки дня и ее значение в современных медиа. Агенты, принимающие решения о включении и исключении из повестки дня.
8	Лидеры мнений и эксперты в структуре медиазнания	Теория лидеров мнений. Сильные и слабые связи как механизмы распространения контента.
9	Крупные медиакорпорации России и мира	Изучение конкретных примеров крупных медиа-холдингов
10	Особенности развития мультимедийных редакций. Конвергенция в медиа индустрии	Понятие конвергенции в современных исследованиях медиа. Особенности функционирования и распределения информации в мультимедийных редакциях.

11	Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа. Жанровое разнообразие современного блоггинга	Современный блоггинг как форма индивидуальных медиа. Публикационная политика, медиапланирование, жанровое разнообразие.
12	Принципы интерактивности и трансмедийности в политике продвижения информационного контента	Трансмедиа сторителлинг как принцип продвижения и развития историй. Примеры реализации стратегий трансмедийного продвижения.

#### 4. Образовательные технологии

Реализуемые в курсе образовательные технологии призваны сформировать профессиональную направленность обучения бакалавров.

Аудиторные лекционно-семинарские занятия (всего 42 ак. часа для студентов очной формы обучения) проводятся с применением электронных технических средств обучения (ПК, презентации с использованием мультимедиа).

При реализации программы курса «Менеджмент в сфере медиа индустрии» используются: проблемный метод изложения лекционного материала, метод группового взаимообучения, дискуссии бакалавров по наиболее сложным темам и проблемам на семинарских занятиях.

Самостоятельная работа бакалавров организуется с использованием ресурсов научной библиотеки РГГУ, свободного доступа к Интернет-ресурсам, а также – с освоением полнотекстовых материалов (монографий, статей), которые составляют электронный ресурс кафедры истории и теории культуры.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- устный ответ на семинаре	3 балла	51 балл
- Эссе	9 баллов	9 баллов
Промежуточная аттестация: Итоговый доклад с презентацией или развернутая письменная работа.		40 баллов
<b>Итого за семестр (Экзамен)</b>		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

При оценивании устного ответа на семинаре учитываются:  
- степень раскрытия содержания материала (0-1 балла);

- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-1 балл);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-1 балл).

При оценивании письменной работы учитывается:

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 1-3 балла;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 1-3 балла;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -1-3 балла.

### **Итоговые контрольные вопросы**

1. Понятие медиаменеджмента. Особенности управленческой деятельности в медиаиндустрии. ПК-7, ПК-9
2. Управление коммерческими и некоммерческими медиапредприятиями: сходства и различия. ПК-7, ПК-9
3. Понятие концентрации в медиабизнесе. Ее причины и разновидности. ПК-7, ПК-9
4. Организация продаж рекламных возможностей в различных сегментах медиабизнеса. ПК-7, ПК-9
5. Основные задачи, решаемые в рамках управления контентом. ПК-7, ПК-9
6. Особенности управления творческим коллективом медиакомпаний. ПК-7, ПК-9
7. Теория повестки дня и формирование контент-политики издания ПК-7, ПК-9
8. Агенты коммуникации в сфере медиа индустрий ПК-7, ПК-9
9. Понятие культурной индустрии. СМИ в системе современных культурных индустрий. ПК-7, ПК-9
10. Понятие трансмедиа сторителлинга и практики продвижения информационного продукта. ПК-7, ПК-9

### **Типовые вопросы для итоговых докладов или письменных работ**

1. Анализ крупного российского или иностранного медиа-холдинга: активы, типы концентраций, роли и возможности в развитии медиабизнеса. ПК-9, ПК-10
2. Анализ медиаполитики блогера (на выбор учащегося). ПК-9
3. Анализ реализации трансмедийного проекта - формы, участники, площадки (на выбор учащегося) ПК-7, ПК-9
4. Теория повестки дня в действии: анализ и сопоставление изменения повестки дня центральных медиа и личной ленты аккаунта в социальных сетях ПК-9
5. Ситуативный маркетинг и реклама: использование информационного повода в продвижении компании или продукта. ПК-10
6. Лидеры мнений и эксперты в поле профессиональных и общественных коммуникаций (анализ сферы на выбор учащегося) ПК-7, ПК-10
7. Любители как участники профессиональных отношений в современной медиасфере: теории и практики конвергентной культуры. ПК-9
8. Изучение особенностей функционирования и специфики публикационной политике в социальных сетях (на выбор учащегося). ПК-7, ПК-9
9. Ложь или правда: индустрия проверки информации и создания ложных сообщений. ПК-10, ПК-7



## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список литературы:

1. Баженова Е.А. Иванова И.А. Блог как интернет-жанр//Вестник пермского университета. - Пермь, 2012. - с. 125-131. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blog-kak-internet-zhanr>
2. Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат//Журналистский ежегодник. - М., 2015. с. 120-124. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediyyny-longrid-kak-novyy-zhurnalistitskiy-format>
3. Вартанова Е.И. Основы медиабизнеса. - М., 2014. - 400 с. ( Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com))
4. Вартанова Е.И. Медиасистема России. - М., 2017. - 384 с. ( Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com))
5. Вартанова Е.Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента//Медиаскоп. 2007, №1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>
6. Вырковский А.В. Теоретические представления о медиаменеджменте: основные подходы и проблемные зоны//Вопросы теории и практики журналистики. - М., 2016. - с.29-44. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-predstavleniya-o-mediamedzhmente-osnovnye-podhody-i-problemnye-zony/viewer>
7. Гамбарато Р., Лапина-Кратасюк Е.Г., Мороз О.В. Панорама российских трансмедиа: опыт картирования мультиплатформенных инициатив//Шаги. - М., 2017. - с.20-43. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/panorama-rossiyskih-transmedia-opyt-kartirovaniya-multiplatformennyh-initsiativ/viewer>
8. Грановеттер М Сила слабых связей//Экономическая социология.- М., 2009. №4. - с. 31-50. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sila-slabyh-svyazey>
9. Лазуткина Е.В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы рунета//Вестник новосибирского государственного университета. - Новосибирск, 2016. - №6. с. 51-58. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lidery-mneniy-v-informatsionnom-prostranstve-blogosfery-runeta/viewer>
10. Соломатин Д.Д. Соловьев В.А. Блогинг как катализатор журналистики в современной России//Вестник науки и образования. -М., 2019. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii/viewer>
11. Черных А. Мир современных медиа. - М., 2007. - 308 с. ( Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com))
12. Якубенко Е.Н. Конвергенция как фактор формирования современного медиарынка//Вестник Брянского государственного университета. - Брянск, 2015. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-kak-faktor-formirovaniya-sovremennogo-media-rynka/viewer>

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»:

1. Информационный комплекс РГГУ «Научная библиотека» [Электронный ресурс] : электронная библиотека . – Электрон. дан. – [2011-2019]. – Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
2. Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com) [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Электрон. дан. – [2012-2019]. – Режим доступа: <https://znanium.com/>
3. Электронно-библиотечная система Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. – Электрон. дан. – [2012-2019]. – Режим доступа: <https://urait.ru/>

4. Журнал «Вестник РГГУ» на сайте РГГУ [Электронный ресурс] : электронный портал. – Электрон. дан. – 2019. – Режим доступа: <https://www.rsuh.ru/vestnik/>
5. Электронная библиотека «Гумер» [Электронный ресурс] : электронная библиотека . – Электрон. дан. – 2019. – Режим доступа: <https://www.gumer.info>
6. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. - 2019. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер, проектор).

Перечень необходимого программного обеспечения:

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
6	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
7	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
8	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
9	Zoom	Zoom	лицензионное

## 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских занятий

**Семинар 1** (2 часа) Агенты рынка, создающие информационный контент

Вопросы: Особенности организации отношений между агентами медиа рынка.

Микро- и макроуровень управления организациями в сфере медиа.

Профессионалы и любители в битве за создаваемый контент: вызовы, возможности и ограничения, появившиеся с развитием эпохи интернет-журналистики

Литература:

Вартанова Е.Л. Чем управляют менеджеры СМИ? О природе современного медиаменеджмента//Медиаскоп. 2007, №1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>

Вырковский А.В. Теоретические представления о медиаменеджменте: основные подходы и проблемные зоны//Вопросы теории и практики журналистики. - М., 2016. - с.29-44.

Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-predstavleniya-o-mediamednedzhmente-osnovnye-podhody-i-problemnye-zony/viewer>

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

**Семинар 2** (4 часа) Теория повестки дня в практиках медиаосвещения

Вопросы: Теория повестки дня и ее значение в современных медиа. Агенты, принимающие решения о включении и исключении из повестки дня. Проанализировать строение повестки дня новостей центральных медиа каналов и личной новостной ленты.

Литература:

Черных А. Мир современных медиа. - М., 2007. - с. 32-43. ( Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com))

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

**Семинар 3** (4 часа) Лидеры мнений и эксперты в структуре медиа

Вопросы: Теория лидеров мнений. Сильные и слабые связи как механизмы распространения контента.

Литература:

Грановеттер М Сила слабых связей//Экономическая социология.- М., 2009. №4. - с. 31-50.

Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sila-slabyh-svyazey>

Лазуткина Е.В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы рунета//Вестник новосибирского государственного университета. - Новосибирск, 2016. - №6. с. 51-58. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lidery-mneniy-v-informatsionnom-prostranstve-blogosfery-runeta/viewer>

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

#### **Семинар 4** (4 часа) Крупные медиакорпорации России и мира

Вопросы: Понятие медиасистемы. Формы объединений, собственности и корпоративных отношений в медиабизнесе. Изучение конкретных примеров крупных российских или зарубежных медиа-холдингов (на выбор учащегося). Анализ концентраций.

Литература: Вартанова Е.И. Медиасистема России. - М., 2017. - 384 с. ( Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com))

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

#### **Семинар 5** (4 часа) Особенности развития мультимедийных редакций. Конвергенция в медиа индустрии

Вопросы: Понятие конвергенции в современных исследованиях медиа. Особенности функционирования и распределения информации в мультимедийных редакциях.

Литература: Якубенко Е.Н. Конвергенция как фактор формирования современного медиа-рынка//Вестник Брянского государственного университета. - Брянск, 2015. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergensiya-kak-faktor-formirovaniya-sovremennogo-media-rynka/viewer>

Булаева М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский

формат//Журналистский ежегодник. - М., 2015. с. 120-124. Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/multimedynyj-longrid-kak-novyy-zhurnalisticheskij-format>

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

#### **Семинар 6** (4 часа) Личность как субъект и проект: бизнес модели социальных медиа.

Жанровое разнообразие современного блоггинга

Вопросы: Современный блоггинг как форма индивидуальных медиа. Публикационная политика, медиапланирование, жанровое разнообразие

Литература:

Баженова Е.А. Иванова И.А. Блог как интернет-жанр//Вестник пермского университета. - Пермь, 2012. - с. 125-131. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blog-kak-internet-zhanr>

Соломатин Д.Д. Соловьев В.А. Блогинг как катализатор журналистики в современной России//Вестник науки и образования. -М., 2019. - Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/blogging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii/viewer>

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

#### **Семинар 7** (4 часа) Принципы интерактивности и трансмедийности в политике продвижения информационного контента

Вопросы: Трансмедиа сторителлинг как принцип продвижения и развития историй.

Примеры реализации стратегий трансмедийного продвижения.

Литература: Гамбарато Р., Лапина-Кратасюк Е.Г., Мороз О.В. Панорама российских трансмедиа: опыт картирования мультиплатформенных инициатив//Шаги. - М., 2017. -

с.20-43. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/panorama-rossiyskih-transmedia-opyt-kartirovaniya-multiplatformennyh-initsiativ/viewer>

Материально-техническое обеспечение:

Проектор для демонстрации аудио-визуального материала

## 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ:

При подготовке эссе (5-6 страниц) или подготовке итоговых вопросов по курсу студенту рекомендуется обратиться к списку литературы, а также самостоятельно воспользоваться фондами библиотеки РГГУ и поисковыми системами сети Интернет. Полученный список источников и литературы следует согласовать с преподавателем. В процессе написания текста особое внимание рекомендуется также уделить корректности цитирования научной литературы.

Если студент выбирает письменный вариант сдачи экзамена (10-12 страниц), то в этом случае требуется проявить не только умение подбирать научную литературу и корректно ее использовать, но и самостоятельно анализировать источники, проблематизируя их содержание.

В обоих случаях рекомендуется аккуратно отформатировать готовый текст и проверить его на предмет опечаток.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете культурологии кафедрой социокультурных практик и коммуникаций

**Цель дисциплины:** Дисциплина «Менеджмент в медиа индустрии» знакомит слушателей с подходами, теориями и практиками менеджмента в сфере медиа. Общие принципы управления процессами изучаются в контексте специфики организаций и деятельности, связанных с созданием и трансляцией продуктов информационно характера. Целью курса является ознакомление обучающихся с организацией медиа бизнеса в современной России и знакомство с зарубежными принципами и практиками.

**Задачи дисциплины:**

- Изучить со студентами основные понятия, категории, направления в области менеджмента в медиа сфере.
- Сформировать и повысить навыки и знания в профессиональной сфере, способствующие развитию как аналитических, так и практических возможностей в области создания и продвижения информационной продукции. Изучить особенности различных стратегий работы с информацией, а также получить общие сведения об организации медиабизнеса в России и мире.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

**ПК-7** Способность владеть навыками проведения экспертизы и подготовка экспертных документов, сопровождающих принятие решений в социокультурной сфере

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать* особенности бизнеспроцессов в медиа индустрии. Знать базовые теории формирования информационной повестки дня аудитории.

*Уметь* находить и проверять информацию о структуре организации и информационной политике медиаконпании. Владеть навыками проверки и сопоставления информации в медиа.

*Владеть* навыками экспертизы и комплексного анализа информационных и развлекательных продуктов.

**ПК-9** Способность разрабатывать проекты с учетом конкретных технологических, эстетических, экономических параметров

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать* базовые концепции в сфере теории медиа и актуальные тенденции в журналистике

*Уметь* применить знания из области теории в решении практико-ориентированных задач в сфере продвижения продукции и создания востребованного у аудитории контента

*Владеть* набором инструментов и технологий для разработки и реализации плана маркетинговых мероприятий по управлению информационным продуктом.

**ПК-10** Готовность пользоваться нормативными документами, определяющими параметры и стоимость проведения работ в разных сферах социокультурной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать* о существовании нормативных документов, регулирующих отношения в сфере коммуникаций между участниками информационного поля.

*Уметь* проводить многофакторный анализ проектной документации иметь представления об этапах формирования бюджета проекта

*Владеть* навыками анализа ситуации на рынке и формировать корректные рекомендации по развитию маркетинговых стратегий в сфере управления и продвижения информационного продукта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.



*Приложение 2*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 28.08.2019\_

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

в рабочей программе дисциплины «Менеджмент в медиа индустрии»

по направлению подготовки 51.03.01 – Культурология  
на 2019/2020 учебный год

1. В раздел 1: «Пояснительная записка» вносятся следующие изменения:

1.1. Перечень формируемых компетенций изменен в соответствии с новыми образовательными стандартами;

2. В раздел 2: «Структура дисциплины» вносятся следующие изменения:

2.1. Структура дисциплины приведена в соответствие с учебными планами на 2019/2020 учебный год.

3. В раздел 5: «Оценка планируемых результатов обучения» вносятся следующие изменения:

3.1. Уточнены и дополнены оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4. В раздел 9: «Методические материалы» вносятся следующие изменения:

4.1. Список литературы и перечень ресурсов сети «Интернет» пересмотрены и дополнены новыми изданиями и материалами.

4.2. Уточнены и дополнены планы семинарских занятий.

4.3. Добавлены рекомендации по подготовке письменных работ.

*Составитель*  
*Дата 26.08.2019**подпись**расшифровка подписи*