

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра телевизионных, радио- и интернет-технологий

**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) -

«Мультимедийная журналистика и современные медиатехнологии»

«Современные визуальные медиа»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения – очная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Экономика и менеджмент СМИ  
Рабочая программа дисциплины  
Составитель: Кандидат экономических наук, доцент Ярных В.И.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
№ 3 от 29.03.2022

## ОГЛАВЛЕНИЕ

- 1 Пояснительная записка**
  - 1.1** Цель и задачи дисциплины
  - 1.2** Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
  - 1.3** Место дисциплины в структуре образовательной программы
- 2 Структура дисциплины**
- 3 Содержание дисциплины**
- 4 Образовательные технологии**
- 5 Оценка планируемых результатов обучения**
  - 5.1** Система оценивания
  - 5.2** Критерии выставления оценок
  - 5.3** Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
- 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**
  - 6.1** Список источников и литературы
  - 6.2** Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины**
- 8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**
- 9 Методические материалы**
  - 9.1** Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
  - 9.2** Методические рекомендации по подготовке письменных работ
  - 9.3** Иные материалы
- Приложения**
  - Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» входит в состав базовой части учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Цель дисциплины – обучение студентов необходимым навыкам и компетенциям для успешной работы в условиях современного российского медиарынка, а также ознакомлении их с новейшими тенденциями развития мирового медиабизнеса.

Задачи дисциплины:

- получить глубокие знания основных законов, понятий, терминов медиаэкономики;
- изучить этапы развития мировой медиаэкономики и системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков;
- узнать основы и его базовые модели медиаменеджмента;
- овладеть практическими навыками создания и управления успешными медиапредприятиями.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
<p><i>ОПК- 5</i> - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><i>ОПК-5.1</i> - Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p><i>Знать:</i> основы редакционного менеджмента; основы продвижения информационной продукции на рынок; основы финансового планирования  <i>Уметь:</i> выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ  <i>Владеть:</i> методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ;</p>
	<p><i>ОПК – 5.2.</i> - Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования</p>	<p><i>Знать:</i> методы изучения общественного мнения  <i>Уметь:</i> подготовить бизнес-план создания и функционирования медиапредприятия (газеты,</p>

	конкретной медиакоммуникационной системы	журнала, радио или телевизионного канала, телевизионной или радиопрограммы, Интернет- СМИ и др). <i>Владеть:</i> навыками самостоятельного освоения новых знаний в сфере управления СМИ;
--	--	--

### 1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» относится к обязательным дисциплинам учебного плана. Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении дисциплин «Экономика», «Менеджмент», «Основы теории журналистики», «Современная система СМИ».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Продюсирование на телевидении», «Медиастатистика», «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование новостного вещания», «Преддипломная практика».

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часов.

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	12
	Семинары	16
Всего:		28

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 44 академических часов.

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	4
	Семинары	4

Всего:	8
--------	---

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 64 академических часов.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Феномен «медиаэкономики»	Основные законы, понятия и термины медиаэкономики.
2	Медиапредпринимательство	Экономическая история медиапредпринимательства
3	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	Двойственный характер медиарынка. Массовость и фрагментарность аудитории. Конвергенция СМИ.
4	Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика	Телевизионная и киноиндустрия. Интернет-СМИ. Печатные СМИ. Новостные агентства.
5	Медиаменеджмент и его основные модели	Медиамаркетинг, брендинг и промоушн. Медиапланирование. Финансовый, кадровый менеджмент.
6	Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия	Основные компоненты бизнес-плана.

### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	Феномен «медиаэкономики»	Лекция 1 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора.
2	Медиапредпринимательство	Лекция 2 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора.
3	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	Лекция 3 семинар 1-2 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Дискуссия на семинаре
4	Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика	Лекция 4 семинар 3-4 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Проведение контрольной работы Дискуссия на семинаре
5	Медиаменеджмент и его	Лекция 5	Лекция-визуализация с

	основные модели	Семинар 5-6 Самостоятельная работа	применением слайд-проектора. Дискуссия на семинаре
6	Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия	Лекция 6 Семинар 7-8 Самостоятельная работа	Развернутая беседа. Консультирование Дискуссия на семинаре

## 5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - <i>контрольная работа</i>	30 баллов	60 баллов
Промежуточная аттестация: зачет		40 баллов
<b>Итого за семестр зачёт</b>		<b>100 баллов</b>

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/ А, В	«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/ С	«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>
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «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</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		учёт результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

#### Примерный перечень вопросов для контрольной работы № 1 (ОПК-5.1,5.2)

1. В чём заключается нетрадиционность медиаиндустрии?
2. В чём состоит кластеризация медиаиндустрии? Перечислите главные сегменты кластера индустрии содержания.
3. Какие материальные и нематериальные товары производит медиаиндустрия?
4. Каковы особенности медиарынка?
5. Какие средства массовой информации относятся к СМИ индивидуального, а какие – к СМИ коллективного потребления?
6. В чём состоит коммодификация контента и аудитории?
7. Каковы причины фрагментации аудитории и её последствия для медиаиндустрии?
8. Какие издержки в медиапроизводстве являются постоянными, а какие переменными; какие общими, предельными и средними?
9. Назовите два ключевых типа предприятий, действующих в телевизионной индустрии. Назовите конкретные примеры.

10. Назовите три основные организационно-программные модели телевизионной индустрии. Назовите конкретные примеры.
11. За счёт каких средств финансируется коммерческое, общественное и государственное телевидение?
12. Назовите наиболее распространенные способы распространения телесигнала.
13. В чем состоит основной экономический закон эфирного телевидения?
14. Какие затраты в телевизионной индустрии имеют тенденцию к снижению, а какие – к повышению?
15. В чем состоит сетевой принцип организации телевидения?

### **Примерный перечень вопросов для контрольной работы № 2 (ОПК-5.1,5.2)**

1. Дайте характеристику основных типов телевизионных сетей.
2. Назовите главную причину использования рециклинга в новостном телевидении.
3. Каковы источники доходов в телеиндустрии?
4. Каковы главные причины тенденции перехода коммерческого радиовещания к узким форматам?
5. Каковы преимущества и недостатки радио как рекламоносителя?
6. С чем связано динамичное развитие кабельной индустрии?
7. В чём проявляется конвергенция в медиаиндустрии?
8. Каковы структурные и функциональные преимущества онлайн-СМИ?
9. Назовите четыре главные особенности газетного производства.
10. В чем состоят «таблоидизация» и «кваллоидизация»?
11. Что такое макро- и микроменеджмент в медиаиндустрии?
12. Каковы цели и предмет бизнес – плана редакции СМИ?
13. Дайте характеристики производственному и финансово-экономическому менеджменту медиапредприятия.
14. Каковы цели и предмет медиапланирования?
15. Каковы основные особенности медиамаркетинга?

Критерии оценки контрольной работы:

21-30 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

11-20 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

5-10 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-4 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

### **Примерный перечень вопросов для зачета (ОПК-5.1,5.2)**

1. Структура бюджета телекомпании.
2. Особенности бюджета телекомпании в зависимости от её типа.
3. Бюджеты производящей и вещательной телекомпании.
4. Рекламная и ценовая политики телекомпании.
5. Факторы, влияющие на ценовую политику.
6. Маркетинг и телевизионное производство.
7. Основные процессы маркетинга телевизионного информационного производства.
8. Особенности процесса управления информационным производством в телекомпании.
9. Особенности функциональных моделей телекомпании.
10. Способы финансирования телепроизводства и телевещания
11. Характеристика рыночных продуктов, производимых вещательной телекомпанией (цельная программа, эфирное время).
12. Политический и коммерческий потенциал вещательного телевидения.
13. Коммерческая деятельность телекомпании общественного телевидения.
14. Условия развития общественного телевидения.
15. Программная политика телекомпании: стратегия и тактика программирования.
16. Социальное и манипулятивное программирование.
17. Аудитория и рейтинг телепрограммы.
18. Управление качеством работы кинопредприятия и телекомпании.
19. Основоположники менеджмента и школы: Ф.Тейлор, А.Файоль, М.Вебер.
20. Школа научного менеджмента, школа человеческих отношений.
21. Теории мотивации МакГрегор, Лайкерт, Маслоу.
22. Отличительные черты системы управления на предприятиях СМИ.
23. Экономические принципы деятельности телекомпаний.
24. Роль и значение менеджмента в современном медиабизнесе.

25. Задачи менеджмента телекомпаний.

26. Требования, предъявляемые к менеджеру телекомпаний.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1 Список источников и литературы**

#### **Источники**

1. Конституция Российской Федерации с комментариями Конституционного Суда РФ. – 4-е изд. М.: ИНФРА-М, 2008. - 200 с.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 496 с.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации. – М.: Кнорус, 2013. - 848 с.

#### **Литература**

##### **Основная**

Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1093460>

Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znaniium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/363305>

Борисов, Е. Ф. Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Авторский учебник). —

ISBN 978-5-9916-5036-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449290>

*Иванова, И. А.* Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>

### **Дополнительная**

Менеджмент инноваций: / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501893>

Менеджмент: / Е.Е. Вершигора. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 283 с.: 60x88 1/16. - (обложка) ISBN 978-5-16-000528-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/123084>

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

### **6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Master Collection

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

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.

#### Тема 3. Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики ( 4 ч.)

*Вопросы для обсуждения:*

- В чём заключается нетрадиционность медиаиндустрии?
- В чём состоит кластеризация медиаиндустрии? Перечислите главные сегменты кластера индустрии содержания.
- Какие материальные и нематериальные товары производит медиаиндустрия?
- Каковы особенности медиарынка?
- Какие средства массовой информации относятся к к СМИ индивидуального, а какие – к СМИ коллективного потребления?
- В чём состоит коммодификация контента и аудитории?
- Каковы причины фрагментации аудитории и её последствия для медиаиндустрии?
- В чем состоят «таблоидизация» и «квалоидизация»?

#### **Рекомендуемая литература**

Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1093460>

Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znaniium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/363305>

Борисов, Е. Ф. Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-5036-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449290>

*Иванова, И. А.* Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>

#### **Тема 4. Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика (4 ч.)**

*Вопросы для обсуждения:*

- Какие издержки в медиапроизводстве являются постоянными, а какие переменными; какие общими, предельными и средними?
- Назовите два ключевых типа предприятий, действующих в телевизионной индустрии. Назовите конкретные примеры.
- Назовите три основные организационно-программные модели телевизионной индустрии. Приведите конкретные примеры.
- За счёт каких средств финансируется коммерческое, общественное и государственное телевидение?
- Назовите наиболее распространенные способы распространения телесигнала.
- В чем состоит основной экономический закон эфирного телевидения?
- Какие затраты в телевизионной индустрии имеют тенденцию к снижению, а какие – к повышению?
- В чем состоит сетевой принцип организации телевидения?
- Дайте характеристику основных типов телевизионных сетей.
- Назовите главную причину использования рециклинга в новостном телевидении.

#### **Рекомендуемая литература**

Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1093460>

Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znaniium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/363305>

*Борисов, Е. Ф.* Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-5036-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449290>

*Иванова, И. А.* Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>

## **Тема 5. Медиаменеджмент и его основные модели (4 ч.)**

*Вопросы для обсуждения:*

- Каковы главные модели медиамаркетинга на макро- и микроуровнях?
- Какие цели преследуют медиамаркетинг, брендинг и промоушн?
- В чем состоят главные методы, используемые в медиамаркетинге, брендинге и промоушне?
- В чем состоят задачи и методы медиапланирования?
- Какова роль финансового и кадрового менеджмента в управлении медиапредприятием?

### **Рекомендуемая литература**

Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1093460>

Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znaniium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/363305>

*Борисов, Е. Ф.* Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-5036-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449290>

*Иванова, И. А.* Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>

## **Тема 6. Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия (4 ч.)**

Цель задания – показать студентам, насколько важно заранее просчитать продвижение и развитие проекта СМИ.

Задание: составить бизнес-план развития одного СМИ (на выбор).

*Вопросы для обсуждения:*

- Каковы цели и предмет бизнес – плана редакции СМИ?
- Каковы главные экономические факторы создания и функционирования успешного медиапредприятия?
- Каковы внеэкономические факторы, подлежащие учету при создании и управлении медиапредприятием?
- Какие исследования необходимо предпринять при выработке бизнес-плана медиапредприятия?
- Каковы главные составные части бизнес-плана медиапредприятия?

### **Рекомендуемая литература**

Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 5-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2019. — 150 с. - ISBN 978-5-394-02732-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1093460>

Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znaniium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/363305>

Борисов, Е. Ф. Экономика : учебник и практикум / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-5036-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449290>

Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет технологий.

Цель дисциплины – обучение студентов необходимым навыкам и компетенциям для успешной работы в условиях современного российского медиарынка, а также ознакомлении их с новейшими тенденциями развития мирового медиабизнеса.

Задачи дисциплины:

- получить глубокие знания основных законов, понятий, терминов медиаэкономики;
- изучить этапы развития мировой медиаэкономики и системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков;
- узнать основы и его базовые модели медиаменеджмента;
- овладеть практическими навыками создания и управления успешными медиапредприятиями.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК - 5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основные направления развития экономической мысли; сущность и формы организации хозяйственной деятельности; цели, функции и инструменты экономической политики; главные принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции, основные права и обязанности сотрудников; основы редакционного менеджмента; основы продвижения информационной продукции на рынок; основы финансового планирования методы изучения общественного мнения.

**Уметь:** выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ; подготовить бизнес-план создания и функционирования медиапредприятия (газеты, журнала, радио или телевизионного канала, телевизионной или радиопрограммы, Интернет-СМИ и др).

**Владеть:** методами экономического анализа социальных явлений; навыками самостоятельного освоения новых знаний в сфере управления СМИ.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

