

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.13 Медиаменеджмент и экономика

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

Автор программы:

Гордеева Мария Михайловна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «11» мая 2021 г. Протокол № 7

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «05» июля 2021 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	14
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	15

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-6 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-6 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности	Способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-6 Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		5	6	7	8	5	6	7	8
1	Ивент менеджмент		+				+		

2	Организация и проведение коммуникационных кампаний			+				+	
3	Профессионально-творческая практика		+		+		+		+
4	Управление брендом	+				+			

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Медиаменеджмент и экономика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Медиаменеджмент и экономика» изучается в 7, 8 семестрах.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 5 з.е.

Очная: 5 з.е.

Заочная: 5 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	180	180
Контактная работа	72	22
Лекции (Лекции)	28	10
Практические (Практ. раб.)	44	12
Самостоятельная работа (СР)	72	145
Экзамен	36	9
Зачет	-	4

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Средства массовой информации и рынок	8	3	16	4	30	45	Собеседование; Эссе; Контрольная работа
2	Основы редакционно-издательского маркетинга	8	3	16	4	30	45	Научный доклад; Тестирование
8 семестр								
3	Финансовая политика редакции	6	2	6	2	6	25	Собеседование; Эссе; Научный доклад
4	Основы редакционного менеджмента	6	2	6	2	6	30	Тестирование; Собеседование

Тема 1. Средства массовой информации и рынок (ПК-6)

Лекция.

СМИ как отрасль современной экономики. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов. Концентрация в индустрии СМИ.

Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции, экономические предпосылки. Проблемы собственности, владение информационным предприятием и его названием. Организационно- правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на российском информационном рынке. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы

- 1 Закон о СМИ как юридическое чудо.
- 2 Медиаиндустрия в Европе.
- 3 СМИ как фактор формирования экономического мышления.
- 4 Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

- 1 Новая политика в регулировании российской региональной прессы.
- 2 О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ

Тема 2. Основы редакционно- издательского маркетинга (ПК-6)

Лекция.

Основы редакционно-издательского маркетинга. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга.

Основы редакционно-издательского маркетинга: его особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий, его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба.

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы:

- 1 Что такое маркетинг СМИ? Чем он отличается от маркетинга в других рыночных сегментах?
- 2 Назовите основные цели медиамаркетинга.
- 3 Какие базовые методы используются в медиамаркетинге?
- 4 Какие методы применяются при изучении рынка и какие задачи они решают?

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

- 1 Какие технологии, стратегии и приемы используют при продвижении СМИ?
- 2 По каким параметрам изучается рекламный рынок и какое это имеет значение для деятельности СМИ?
- 3 Каковы функции службы маркетинга на медиапредприятии?

Тема 3. Финансовая политика редакции (ПК-6)

Лекция.

Экономические особенности печатных СМИ. Экономика телевидения, радио- и кабельной индустрии. Экономика онлайн-СМИ.

Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура. Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции.

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы:

- 1 Что такое «корпоративное издание»?
- 2 Для чего организации или компании необходима своя газета и какова ее целевая аудитория?
- 3 Как издание влияет на корпоративную культуру.
- 4 Влияние корпоративного издания на имидж компании.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

Что определяет «лицо» издания?

Как дизайн влияет на восприятие издания читателем

Тема 4. Основы редакционного менеджмента (ПК-6)

Лекция.

Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Менеджмент и организация редакционной деятельности. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе

Практическое занятие.

Подготовить ответы на вопросы:

- 1 Типология корпоративных изданий по целевой аудитории: b2b, b2c, b2p.
- 2 Основные условия и этапы создания корпоративного издания.
- 3 Тематическая модель корпоративного издания: как удовлетворить потребности своей аудитории.

Задания для самостоятельной работы.

Подготовить выступление на тему:

- 1 Способ производства издания: собственное или аутсорсинг. Достоинства и недостатки каждого из этих способов.
- 2 Выпуск издания: технологическая цепочка
- 3 Как правильно распространять корпоративное издание.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Средства массовой информации и рынок	Собеседование	40	<p>40-32 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>31-20 Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>19-10 В структуре и оформлении ответа имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Подготовлена неполная презентация.</p> <p>9-5 сформулированы отдельные положения темы ответа. Презентация не подготовлена.</p>
		Эссе(контрольный срез)	10	<p>10 баллов. Соблюдены все требования к эссе.</p> <p>5 баллов. Требования к эссе соблюдены частично.</p> <p>3 балла. Соблюдены частично, тема раскрыта не полностью.</p> <p>1-2 балла. Требования не соблюдены, тема не раскрыта, наличие фактических ошибок</p>
		Контрольная работа	20	<p>20 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач. Работа выполнена на высоком уровне, студент проявил самостоятельность и отличное владение теоретическим материалом.</p> <p>15 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>10 баллов. Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач.</p>
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга	Научный доклад	10	<p>10-8 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию.</p> <p>7-5 Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы.</p> <p>4-3В структуре и оформлении ответа имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы.</p> <p>1-2 сформулированы отдельные положения темы ответа.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 7 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 4 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает
3.	Посещаемость		10	10 - студент исправно посещает все лекции, активно работает на практических занятиях.

4.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: – за написание реферата по одной из выбранных тем, выполненного на качественном уровне – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов; – полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов.
5.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	100	Добор - студент может выполнить все задания текущего контроля.
6.	Итого за семестр	100	

8 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Финансовая политика редакции	Собеседование	10	10-8 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 7-5 Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 4-3В структуре и оформлении ответа имеются недоработки, материал представлен не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 1-2 сформулированы отдельные положения темы ответа.
		Эссе(контрольный срез)	10	10 баллов. Соблюдены все требования к эссе. 8 баллов. Требования к эссе соблюдены частично. 5 баллов. Соблюдены частично, тема раскрыта не полностью. 3 балла. Требования не соблюдены, тема не раскрыта, наличие фактических ошибок

		Научный доклад	20	<p>20 баллов - обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>10 баллов - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.</p> <p>5 баллов – тема не раскрыта, работа была использована из сети интернет.</p> <p>Баллы не начисляются, если вышеперечисленные требования не были соблюдены.</p>
2.	Основы редакционного менеджмента	Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 20 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 8 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 5 баллов – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает
		Собеседование	10	<p>10-8 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию.</p> <p>7-5 Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы.</p> <p>4-3В структуре и оформлении ответа имеются недоработки, материал представлен не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы.</p> <p>1-2 сформулированы отдельные положения темы ответа.</p>
3.	Посещаемость		10	10 - студент исправно посещает все лекции, активно работает на практических занятиях.
4.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные бал-лы могут быть начислены: – за написание реферата по одной из выбранных тем, выполненного на качественном уровне – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - участие с докладом во всероссий-ской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов; – полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – – 10 баллов.
5.	Ответ на экзамене		30	<p>10-17 баллов – студент частично раскрыл основные вопросы, не продемонстрировал глубокий уровень знаний и компетенций, не ответил на дополнительные вопросы – оценка «удовлетворительно»</p> <p>18-24 баллов – не полностью раскрыл основные вопросы, продемонстрировал средний уровень знаний и компетенций, частично ответил на дополнительные вопросы – оценка «хорошо»,</p> <p>25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы, продемонстрировал глубокий уровень знаний и компетенций, полностью ответил на дополнительные вопросы – оценка «отлично».</p>

6.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	60	Добор - студент может выполнить все задания текущего контроля.
7.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Контрольная работа

Тема 1. Средства массовой информации и рынок

Теория организации в медиасфере

Теория организации и управление персоналом.

Основные подходы к определению понятия организации.

Организация и социальная среда, соотношение прагматических целей организации и проблем социума.

Подходы к построению типологии организаций.

Бюрократия как идеальная модель формальной организации (Вебер).

Подходы к анализу организации как объекта управления.

Научный доклад

Тема 2. Основы редакционно- издательского маркетинга

1. Базовые методы в медиамаркетинге: виды, механизмы работы, особенности и характеристики.
2. Виды методов медиамаркетинга, пригодных для изучения рынка.
3. Спектр задач методов медиамаркетинга.

Тема 3. Финансовая политика редакции

- 1 Мероприятия для поддержания и корректировки престижа.
- 2 Организация как система и типы организационных структур
- 3 Организация как специфическая форма общения
- 4 Связи с общественностью как элемент самоорганизации системы
- 5 Разработка цели и стратегии управления
- 6 Роль общественного мнения в современном менеджменте
- 7 Связи с общественностью в государственных организациях, в промышленном и коммерческих секторах
- 8 Формы работы с политическими и общественными структурами
- 9 Корпоративная культура и имидж организации
- 10 Модели управления персоналом

Собеседование

Тема 1. Средства массовой информации и рынок

1. СМИ как фактор формирования экономического мышления.
2. Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения

Тема 3. Финансовая политика редакции

- 1 О чем и как должна писать корпоративная газета.
- 2 Как изучить и понять свою аудиторию.
- 3 Как создать обратную связь с читателями?
- 4 Графическая модель: зачем она нужна?

Тема 4. Основы редакционного менеджмента

- 1 Как планировать издание и работать с авторами.
- 2 Критика в корпоративном издании.
- 3 Газета и журнал: разный подход к оформлению.
- 4 Как дизайн влияет на восприятие издания читателем?

Тестирование

Тема 2. Основы редакционно- издательского маркетинга

1. Учредитель СМИ - это:
 - физическое или юридическое лицо, исполняющее определенные, в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
 - учреждение, спонсирующее СМИ;
 - управляющий в редакции СМИ.
2. Редакция печатного СМИ как юридическое лицо обязана:
 - иметь свидетельство о регистрации;
 - иметь тираж свыше 1000 экземпляров;
 - иметь в составе соучредителей только юридических, а не физических лиц.
3. Редакция СМИ:
 - обязательно входит в состав соучредителей СМИ;
 - не входит в состав соучредителей СМИ;
 - может входить, а может не входить в состав соучредителей СМИ.
4. Менеджер в редакции СМИ:
 - осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
 - занимается реализацией продукции СМИ;
 - занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.

Тема 4. Основы редакционного менеджмента

1. Экономика СМИ — это:
 - наука о выпуске печатных СМИ;
 - наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
 - наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакции СМИ.
2. По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИ бывают:
 - хозрасчетно-бюджетные;
 - специализированные;
 - общественно-политические;

- региональные.

Эссе

Тема 1. Средства массовой информации и рынок

- 1 Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в 19-20 вв..
- 2 Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
- 3 СМИ в современной экономике.
- 4 Движущие силы развития медиабизнеса. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ. Типы концентрации.

Тема 3. Финансовая политика редакции

- 1 Российская медиаиндустрия: процесс становления.
- 2 Как изменится газета: эпоха микроблогов
- 3 Массовая информация как товар на информационном рынке.
- 4 Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена

Типовые вопросы зачета (ПК-6)

- 1 Маркетинговые исследования.
- 2 Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
- 3 Планирование маркетинговой деятельности.
- 4 Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга.
- 5 Выработка стратегии маркетинга СМИ на зарубежном медиарынке.
- 6 Выработка стратегии маркетинга СМИ на российском медиарынке
- 7 Газетная индустрия в информационно богатых странах: основные этапы развития.
- 8 Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке.
- 9 Современные тенденции развития газетного рынка.
- 10 Экономические особенности журнальной индустрии.

Типовые задания для зачета (ПК-6)

- 1 Национальные особенности современных рынков прессы.
- 2 Экономические особенности телевизионной индустрии:
- 3 Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
- 4 Экономические особенности радиоиндустрии. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.
- 5 Экономика кабельной индустрии.

Типовые вопросы экзамена (ПК-6)

- 1 Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
- 2 Модели организации телевизионной индустрии.
- 3 СМИ в современной экономике.
- 4 Ценовая политика редакции. Ее направления.
- 5 Дизайн издания и его популярность.
- 6 Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
- 7 Распространение периодического издания.

- 8 Менеджмент и этика.
- 9 Структура редакционного коллектива.
- 10 Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
- 11 Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
- 12 Финансовый рынок. Поиск источников капитала.
- 13 Качество информации и новые информационные технологии (проблемы доверия к СМИ).
- 14 Журналистика как часть креативных индустрий.
- 15 Экономические особенности газетной индустрии.
- 16 Современные тенденции развития газетного рынка.
- 17 Инфраструктура СМИ: информационные службы.
- 18 Экономические особенности журнальной индустрии.
- 19 Журналистика как бизнес.
- 20 Модели организации телевизионной индустрии.

Типовые задания для экзамена (ПК-6)

- 1 Концентрация в зарубежной индустрии СМИ.
- 2 Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
- 3 Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации.
- 4 Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ.
- 5 Современная концепция маркетинга.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Зачет

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-6	Способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-6	Не способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности

Экзамен

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-6	Отлично способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-6	Хорошо способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-6	Удовлетворительно способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-6	Не способен принимать участие в управлении организационных структур медиасферы с учетом требований экономической эффективности

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 239 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/470555>
2. Зельдович Б. З. Медиаменеджмент : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 293 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/457060>

6.2 Дополнительная литература:

1. Иваницкий В. Л. История экономических учений : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 282 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451641>
2. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике : учебное пособие. - 2022-08-31; Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. - 124 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>
3. Зельдович Б. З., Сперанская Н. М. Управленческие решения в полиграфии : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 201 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/457061>

6.3 Иные источники:

1. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>
2. Научный журнал «МедиаАльманах» - <http://mediaalmanah.ru>
3. Портал по социологии, экономике и менеджменту - www.ecsocman.edu.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Microsoft Windows 10

Консультант Плюс

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
2. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
3. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
4. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
5. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.