

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

Лейфа А.В. Лейфа

26 июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ»

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) образовательной программы – Журналистика

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 4 Семестр 7

Зачет 7 сем

Общая трудоемкость дисциплины 72.0 (академ. час), 2.00 (з.е)

Составитель Т.В. Удалова, старший преподаватель,

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 524

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

26 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

26 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

26 июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

26 июня 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

изучение применения в профессиональной деятельности экономических знаний, а также экономики в аспекте массмедиа.

Задачи дисциплины:

- научиться использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- овладеть способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из экономических механизмов их функционирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра, относится к дисциплинам обязательной части.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные обучающимися в рамках ранее изученных и изучаемых параллельно дисциплин, таких, как «Основы правовых знаний», «Основы экономических знаний», «Правовые основы журналистики», «Профессиональная этика журналиста», «Основы рекламы и PR в СМИ», «Система СМИ», «Журналистика русского зарубежья», «Профессионально-ознакомительная практика», «Практикум по написанию курсовых и выпускных квалификационных работ».

Сформированные компетенции проверяются в ходе Государственной итоговой аттестации.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	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	ИД-1ОПК-5знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2.00 зачетных единицы, 72.0 академических часов.

- 1 – № п/п
 2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация
 3 – Семестр
 4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)
 4.1 – Л (Лекции)
 4.2 – Лекции в виде практической подготовки
 4.3 – ПЗ (Практические занятия)
 4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки
 4.5 – ЛР (Лабораторные работы)
 4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки
 4.7 – ИКР (Иная контактная работа)
 4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)
 4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)
 5 – Контроль (в академических часах)
 6 – Самостоятельная работа (в академических часах)
 7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Экономика медиапредприятия	7	32		18								16.8	Проверка конспекта, практическое занятие, доклад
2	Подготовка к зачёту	7								0.2			5	
	Итого		32.0		18.0			0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	21.8	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Экономика медиапредприятия	Экономическая история мировых СМИ. Экономические формы издательской деятельности. СМИ в системе рыночных отношений. Индустрия СМИ. Журналистская информация как товар. Информационный рынок. Концентрация медиа. Процесс коммодификации в медиа. Понятие бизнес- модели в медиабизнесе. Финансовая база печатного СМИ. Бюджет редакции печатного периодического издания. Доходная часть бюджета. Ценовая политика редакции. Финансовая база электронного СМИ. Специфика бюджета радиостанции. Специфика бюджета телекомпании. Специфика бюджета информационного агентства. Основные элементы финансового управления на медиапредприятии. Финансовая структура медиа. Бюджет медиакомпаний. Медиапланирование.

		Особенности редакционного менеджмента. Маркетинг СМИ. Бизнес-план редакции. Бизнес-моделирование в условиях медиарынка.
--	--	---

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Экономическая природа СМИ	Экономическая история мировых СМИ. Экономические формы издательской деятельности. СМИ в системе рыночных отношений. Медиа как индустрия свободного времени.
Специфика СМИ как отрасли экономики	Индустрия СМИ. Журналистская информация как товар. Информационный рынок. Коммодификация в СМИ. Глобализация в СМИ. Понятие бизнес-модели в медиабизнесе.
Концентрация СМИ	Понятие концентрации в СМИ. Исторические предпосылки. Концентрация СМИ на современном этапе. Типы концентрации.
Медиапланирование	Понятие медиапланирования. Терминология. Медиапланирование как процесс, его специфика.
Маркетинг средств массовой информации	Особенности медиамаркетинга. Методы медиамаркетинга. Рекламный рынок СМИ, ценовая политика. Продвижение СМИ. Работа маркетинговых отделов СМИ.
Бизнес-модели средств массовой информации.	Основные понятия бизнес-моделирования. Методы бизнес-моделирования. Современные бизнес-модели СМИ.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Экономика медиапредприятия	Подготовка конспекта, подготовка к практическому занятию, подготовка доклада	16.8
2	Подготовка к зачёту	Подготовка к зачёту	5

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения по данной дисциплине используются в учебном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Интерактивные методы обучения: лекция с элементами визуализации, презентация доклада с помощью мультимедиа, экскурсия на медиапредприятие.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»

3. Жизненный цикл медиапродукта
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал»
5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ
6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг
7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления
8. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа
9. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация
10. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала
11. Формы собственности на рынке СМИ
12. Типы концентрации СМИ. Кластеризация
13. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»
14. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ
15. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ
16. Экономические особенности телевизионной индустрии
17. Типы телевизионных каналов
18. Телевизионное программирование
19. Аналоговое и цифровое вещание
20. Экономические особенности индустрии радио
21. Типы радиостанций
22. Программирование радиостанций
23. Экономические особенности газетной индустрии
24. Типы газетных изданий
25. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция
26. Экономические особенности журнальной индустрии
27. Типы журнальных изданий
28. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ
29. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ
30. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств
31. Методы измерения аудитории СМИ
32. Основные показатели медиапланирования
33. Организационно-правовые формы медиапредприятий
34. Органы управления медиапредприятием. Собственники и менеджмент
35. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления
36. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537513> (дата обращения: 13.05.2024).
2. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике : учебное пособие / С. И. Бессонов ; под редакцией В. Ф. Олешко. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 124 с. — ISBN 978-5-7996-1004-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66223.html> (дата обращения: 13.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Романов, А. А. Управление рекламными кампаниями в СМИ : учебное пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 328 с. — ISBN 978-5-374-00396-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10886.html> (дата

обращения: 13.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Зельдович, Б. З. Управленческие решения в полиграфии: учебное пособие для вузов / Б. З. Зельдович, Н. М. Сперанская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 201 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11730-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542663> (дата обращения: 13.05.2024).

5. Экономика и менеджмент СМИ [Электронный ресурс]: учеб.-метод. материалы для направления подготовки 42.03.02 "Журналистика" / АмГУ, ФФ; сост. Т. В. Удалова. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 11 с. - Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8085.pdf

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/
3	Электронная библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru	Электронная библиотечная система IPRbooks - научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования.
4	ЭБС ЮРАЙТ https://urait.ru/	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	http://www.ruj.ru	Профессиональная база данных Союза журналистов России. Сайт содержит основную информацию об организации, новости, заявления СЖР, информацию о проводимых конкурсах и др.
2	https://jrnlst.ru	Профессиональная база данных журнала «Журналист». Содержит новости, архивы, информацию о вебинарах, профессиональных конкурсах.
3	http://www.mediascope.ru	Профессиональная база данных журнала «Медиаскоп». Содержит информацию по различным аспектам журналистской деятельности.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и

техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер, экран, – и учебно-наглядные пособия (видеоролики с примерами ситуаций, демонстрационные тексты).

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах.

Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.