

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Экономика и менеджмент в средствах массовой информации Б1.Б.28

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Средства массовой информации (национальная журналистика)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Газизов Р.Р.

Рецензент(ы):

Дорощук Е.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Дорощук Е. С.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941818417

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Газизов Р.Р. Кафедра теории и практики электронных средств массовой информации Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, RaRGazizov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Экономика и менеджмент СМИ" являются:

- формирование представления об особенностях деятельности СМИ как предприятия, включающих функции предприятия на рынке СМИ., управления процессами производства и распространения массового информационного продукта, ценообразовательную политику издания, стандартизацию качества информации, производимой СМИ и пр.;
- овладение будущими журналистами общими закономерностями и принципами деятельности СМИ как предприятия в условиях рыночной конкуренции и финансовой самостоятельности;
- формирование и развитие компетенций в области бизнес-журналистики, ориентированных на совершенствование менеджерских качеств личности будущего журналиста и направленных на повышение конкурентоспособности будущего специалиста-журналиста.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.Б.28 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.02 Журналистика и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 5 курсе, 10 семестр.

Дисциплина "Экономика и менеджмент СМИ" относится к предметам профессионального цикла БЗ и является обязательной для изучения в рамках всех профилей подготовки. Она ограничено связана с такими дисциплинами как "Экономика", "Политическая география", "Экономическая география", " Продвижение медиапродуктов на рынок" и т.д.

Для успешного овладения основными понятиями дисциплины и эффективного освоения методов и приемов экономической деятельности редакции СМИ студенту необходимо знать основные экономические законы и ориентироваться в тенденциях рыночных отношений на современном этапе.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-14 (общекультурные компетенции)	Способность использовать знания в области социальных и экономических наук (социология, политология, психология, социальная психология, правоведение, экономика) для понимания принципов функционирования современного общества, социальных, экономических, правовых, политических, психологических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы, умение использовать полученные знания в контекстесвоей социальной и профессиональной деятельности
ПК-18 (профессиональные компетенции)	Представление об основных экономических регуляторах деятельности СМИ в условиях рыночных отношений (процессах и источниках формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политике)

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-19 (профессиональные компетенции)	Знание базовых принципов формирования организационной структуры современной редакции (редакционного комплекса), основных функций сотрудников различного должностного статуса, углубленно- круга обязанностей корреспондентского корпуса
ПК-20 (профессиональные компетенции)	Знание основ менеджмента в СМИ
ПК-9 (профессиональные компетенции)	знание основных принципов разработки концепции медиапроекта (издания, программы, полосы, рубрики), в том числе моделирования и дизайна, а также методов их анализа и коррекции, видов планирования в СМИ
ПК-44 (профессиональные компетенции)	Осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта
ПК-45 (профессиональные компетенции)	участвовать в разработке и коррекции концепции СМИ (издания, канала, передачи), его модели, формата, разрабатывать авторский медиапроект
ПК-46 (профессиональные компетенции)	принимать участие в текущем планировании деятельности СМИ и планировать собственную работу
ПК-49 (профессиональные компетенции)	Обеспечивать продвижение медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия;
- специфику журналистской информации как информационного продукта и особенности медиапродуктов на рынке СМИ.

2. должен уметь:

- ориентироваться в системе редакционного маркетинга, формах управления СМИ как предприятием, в особенностях рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью как в коммерческих видах деятельности СМИ;
- определить специфику редакционно-издательского маркетинга и формы редакционного менеджмента.

3. должен владеть:

- навыками в области маркетинговых исследований СМИ, а также в области менеджмента СМИ современной России;
- приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 10 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Экономика и журналистика. Рынок современной прессы. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке	10	1	2	2	0	Письменное домашнее задание
2.	Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Финансовая политика редакции	10	2	2	2	0	Реферат
3.	Тема 3. Основы редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом. Организация работы редакции СМИ. Массовая работа редакции	10	3,4	2	2	0	Презентация
	Тема . Итоговая форма контроля	10		0	0	0	Экзамен
	Итого			6	6	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Экономика и журналистика. Рынок современной прессы. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке лекционное занятие (2 часа(ов)):

Предмет и задачи курса. Экономика журналистики как предмет изучения. Основные понятия и категории курса. Основные парадигмы, которые необходимо учитывать при изучении курса. Познавательные комплексы курса. Результативность курса и его место в системе других дисциплин данного цикла. Требования к слушателям курса. Формы и методы самостоятельной работы в рамках изучения курса. Экономические предпосылки и условия возникновения журналистики. Создание газеты или журнала как процесс. Рыночная экономика и журналистика. СМИ в период плановой экономики. Кризисные переходные периоды и деятельность СМИ. Особенности современного рынка прессы. Правовые основы рыночных отношений в СМИ в современной России. Правовые предпосылки организации деятельности СМИ на информационном рынке. Учредитель, издатель, владелец, распространитель и редакция: система взаимоотношений. Экономические предпосылки организации деятельности СМИ на информационном рынке. Собственность и владение информационным предприятием. Организационно-правовые формы деятельности СМИ.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты анализируют рынок современной прессы России, выбрав произвольно одно из средств массовой информации и обозначив его особенности деятельности на рынке СМИ: сегмент рынка, основы информационной политики, особенности рекламной политики, рыночную тематическую модель. Анализ оформляется в форме презентации и рассматривается на практическом занятии.

Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Финансовая политика редакции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Журналистика и рынок. Специфика производственного процесса в журналистике. Журналистика как разновидность духовного производства. Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок, аспекты информационного рынка, структура. Журналистика и материальное производство. Реклама и паблик рилейшнз в системе материального производства. Редакционно-издательский маркетинг: основные слагаемые понятия и структурные элементы. Задачи и цели редакционно-издательского маркетинга (РИМ). Особенности изучения конкурентной среды издания, его аудитории и аудитории конкурентов, путей повышения эффективности деятельности издания в конкурентной среде. Слагаемые и особенности разработки финансовой политики издания.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты разрабатывают программу редакционно-издательского маркетинга в форме маркетингового проекта, представляют ее как презентацию на практическом занятии и обсуждают.

Тема 3. Основы редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом. Организация работы редакции СМИ. Массовая работа редакции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Редакционный менеджмент и его особенности. Специфика управления редакционным коллективом. Редакция как коллектив творческих работников. Менеджер в редакции как организатор творческого процесса в редакции. Уровни и виды редакционного менеджмента. Финансовый менеджмент и его особенности. Специфика организации работы редакции средства массовой информации. Модели средств массовой информации. Модели управления редакционным коллективом. Массовая работа в редакционном коллективе: традиции и инновации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Студенты разрабатывают программу массовых мероприятий одного из средств массовой информации. В программе предусматривается участие в массовых мероприятиях республиканского уровня на разных этапах и в разных формах. Прописываются все формы возможного участия и обращается внимание на эффективность и эффекты массовой работы для деятельности самого СМИ. Программа презентуется на занятии и обсуждается.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Экономика и журналистика. Рынок современной прессы. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке	10	1	подготовка домашнего задания	45	домашнее задание
2.	Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Финансовая политика редакции	10	2	подготовка к реферату	45	реферат
3.	Тема 3. Основы редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом. Организация работы редакции СМИ. Массовая работа редакции	10	3,4	подготовка к презентации	33	презентация
	Итого				123	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для изучения дисциплины "Экономика и менеджмент СМИ" используются как традиционные, так и инновационные образовательные технологии: лекции-диалоги, виртуальные лекции, виртуальные консультации, медиапроектирование, интерактивные формы проведения занятий: деловые игры, компьютерные симуляции, интернет-конференции.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Экономика и журналистика. Рынок современной прессы. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке
домашнее задание, примерные вопросы:

Студентам предлагается самостоятельно посетить одну из редакций СМИ, действующих в регионе. При этом обратить внимание на особенности организации и структуры средства массовой информации и его редакции. Описать полученные впечатления в эссе.

Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Финансовая политика редакции
реферат, примерные темы:

Студентам предлагается написать реферат на одну из тем: 1. Цели редакционно-издательского маркетинга. 2. Особенности информационного рынка современной России. 3. Специфика организации рынка труда СМИ. 4. Особенности организации рынка рабочей силы СМИ. 5. Специфические особенности изучения аудитории СМИ. 6. Реклама как средство маркетинга в СМИ. 7. Способы организации рынка идей. 8. Рынок информации: специфика изучения. 9. Изучение аудитории конкурентного издания. 10. Специфические характеристики рынка техники для СМИ.

Тема 3. Основы редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом. Организация работы редакции СМИ. Массовая работа редакции

презентация, примерные вопросы:

Студенты готовят презентацию различных моделей организации работы редакции СМИ (по выбору студента). Основными разделами презентации должны стать: структурные характеристики редакции СМИ; функциональные особенности деятельности редакции СМИ; специфика журналистского корпуса СМИ; методика подбора персонала в СМИ.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Темы для творческих презентаций:

1. Экономические особенности радиоиндустрии.
2. Источники доходов в телевизионной индустрии.
3. Телеиндустрия современной России.
4. Национальный Интернет в эпоху глобализации.
5. Медиапроект: успешность, эффективность, конкурентоспособность.
6. Факторы экономического успеха на рынке СМИ современной России.
7. Рекламная индустрия: специфика и формы внедрения.
8. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
9. Модели общественного вещания в рыночной демократии.
10. Трансформация системы финансирования СМИ: от тоталитаризма к демократии.
11. Телесети как форма телеиндустрии.
12. Современные тенденции развития журнального рынка России.
13. Рыночные структуры на газетном рынке.
14. Рыночная стратегия радиовещания.
15. Конвергенция как фактор развития медиасистемы.
16. Факторы и концепции медиаэкономики: конкуренция и медиапланирование.
17. Спрос и предложение в медиаиндустрии.
18. Индустрия свободного времени и ее влияние на развитие современных СМИ России.
19. Сетевые СМИ и экономические вызовы эпохи.
20. Бизнес-модель современного СМИ.

Вопросы к экзамену:

1. Экономические предпосылки и условия возникновения журналистики.
2. Рыночная экономика и журналистика. СМИ в период плановой экономики.
3. Специфика производственного процесса в журналистике. Журналистика как разновидность духовного производства.
4. Понятие редакционно-издательского маркетинга.
5. Основные цели и задачи РИМ.
6. Аспекты рынка СМИ. Факторы изучения аспектов рынка СМИ.
7. Финансовый рынок СМИ.

8. Рынок труда СМИ.
9. Издательский рынок.
10. Рынок материалов СМИ.
11. Технический рынок.
12. Рынок информации и идей.
13. Рынок распространителей.
14. Рынок периодических изданий.
15. Исследование рынка периодических изданий.
16. Рынок потребителей информации СМИ.
17. Ситуации конкуренции на рынке СМИ.
18. Модель газеты.
19. Основы планирования редакционно-издательского маркетинга.
20. Методы маркетинга.
21. Маркетинговые прогнозы.
22. Служба маркетинга.
23. Бюджет маркетинга.
24. Расходная часть бюджета СМИ.
25. Доходная часть бюджета СМИ.
26. Ценовая политика СМИ. Факторы ценовой политики редакции.
27. Система публикаций рекламы.
28. Экономические принципы редакционной деятельности.
29. Понятие редакционного менеджмента. Задачи менеджмента.
30. Производственный и финансовый менеджмент.
31. Менеджер - ключевая фигура управления СМИ.
32. Уровни менеджмента в редакции.
33. Структура редакционного коллектива.
34. Принципы редакционной деятельности.
35. Функциональные группы редакции.
36. Типы структур редакции.
37. Факторы экономической модели газеты.
38. Редакционное планирование и его особенности.
39. Формы подачи материалов в номере.
40. Актив СМИ и организация работы с ним.
41. Работа с письмами читателей и редакционной почтой.
42. Формы массовой работы СМИ в современном пространстве информации.

7.1. Основная литература:

Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Реклама', 'Маркетинг', 'Психология', 'Социология', 'Журналистика' / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3 // <http://znanium.com/bookread2.php?book=391919>

Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 152 с. - ISBN 978-5-394-01523-6. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=415015>

Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=520466>

Маркетинг: Учебник / Под ред. Герасименко В.В., - 3-е изд. - М.: Проспект, 2016. - 512 с.: ISBN 978-5-392-19562-6 // <http://znanium.com/bookread2.php?book=672940>

7.2. Дополнительная литература:

Бриггз, Адам. Медиа. Введение [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям 'Связи с общественностью' (350400) и 'Реклама' (350700) / А. Бриггз; под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. Ю. В. Никуличева. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 550 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). - ISBN 0-582-42346-5 (англ.), ISBN 5-238-00960-7 (русс.). // <http://znanium.com/bookread2.php?book=391910>

Бугаев, Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире [Электронный ресурс] / Леонид Бугаев. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 214 с. ISBN 978-5-9614-2222-1. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=520650>

Ушанов, П. В. Медиа рилейшнз Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. В. Ушанов. - 2-е изд., стер. - М. : Флинта, 2012. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4 // <http://znanium.com/bookread2.php?book=457157>

Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.: 60x90 1/16. - (Наука). (переплет) ISBN 978-5-905554-33-9, 300 экз. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=398462>

7.3. Интернет-ресурсы:

Сайт - <http://www.deadline.ru>

Сайт - <http://www.acoola.ru>

Сайт - <http://www.photoindustria.ru>

Сайт - <http://www.bestauction.ru>

Сайт - <http://www.bizhit.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Экономика и менеджмент в средствах массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Для успешного изучения дисциплины студенты должны иметь доступ в Интернет, занятия должны проводиться в аудитории, приспособленной для проведения интернет-конференций и интернет-консультаций.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика" и профилю подготовки Средства массовой информации (национальная журналистика) .

Автор(ы):

Газизов Р.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Дорощук Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.