

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Экономика и менеджмент СМИ БЗ.Б.19

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые компьютерные технологии в СМИ

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Дорошук Е.С. , Гильманова А.Н.

Рецензент(ы):

-

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой:

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

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

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

Регистрационный No

Казань
2013

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. Гильманова А.Н. кафедра теории и практики электронных средств массовой информации отделение журналистики ,
Ajgul.Gilmanova@kpfu.ru ; заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Дорошук Е.С. кафедра теории и практики электронных средств массовой информации отделение журналистики ,
Elena.Doroshchuk@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 " Б3.Б.19 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 7 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:

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. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 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	1	1	0	0	0	
2.	Тема 2. Рынок современной прессы	1	2	0	0	0	
3.	Тема 3. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке	1	3,4	0	0	0	
4.	Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг		5-8	0	0	0	
5.	Тема 5. Финансовая политика редакции	1	9,10	0	0	0	
6.	Тема 6. Основы редакционного менеджмента.	1	11-14	0	0	0	
7.	Тема 7. Управление редакционным коллективом	1	15	0	0	0	
8.	Тема 8. Организация работы редакции СМИ.	1	16	0	0	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
9.	Тема 9. Массовая работа редакции	1	17,18	0	0	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			0	0	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Экономика и журналистика

Тема 2. Рынок современной прессы

Тема 3. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке

Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг

Тема 5. Финансовая политика редакции

Тема 6. Основы редакционного менеджмента.

Тема 7. Управление редакционным коллективом

Тема 8. Организация работы редакции СМИ.

Тема 9. Массовая работа редакции

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

Тема 2. Рынок современной прессы

Тема 3. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке

Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг

Тема 5. Финансовая политика редакции

Тема 6. Основы редакционного менеджмента.

Тема 7. Управление редакционным коллективом

Тема 8. Организация работы редакции СМИ.

Тема 9. Массовая работа редакции

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Темы для эссе:

1. Как ездить свое средство массовой информации...
2. Если бы я был редактором
3. Как привлечь рекламодателя в мою газету?
4. Если редакция терпит бедствие (экономический кризис и СМИ)....
5. Учредитель, издатель, владелец....
6. Я - владелец информационного предприятия.
7. Назначаем управленца (руководитель СМИ).
8. Как продать тираж?
9. "Раскрутить" телеканал.
10. Сверхзадачи менеджера в СМИ.

Темы для курсовых работ:

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:

Вартанова Е .Л. Медиаэкономика зарубежных стран. - М., 2007. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. - М., 2009.

7.2. Дополнительная литература:

Балабанов П. Занимательное медиапланирование. - М., 2001. Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин СИ., Ситников В.П. Дизайн газеты и журнала. - М., 2003.
Головко Б. Информационный менеджмент. - М., 2007. Пикок Д. Издательское дело. - М., 1988. Ситников В.П. Издательское дело. - М., 2001.
Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газет. -Воронеж, 2000.

7.3. Интернет-ресурсы:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Освоение дисциплины "Экономика и менеджмент СМИ" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Новые компьютерные технологии в СМИ .

Автор(ы):

Дорощук Е.С. _____

Гильманова А.Н. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

"__" _____ 201__ г.