

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.

Программа дисциплины

Экономика и менеджмент средств массовой информации Б3.Б.19

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Международная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Гильманова А.Н.

Рецензент(ы):

Дорошук Е.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Дорошук 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

Казань
2016

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. (доцент) Гильманова А.Н. Кафедра теории и практики электронных средств массовой информации Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Ajgul.Gilmanova@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:

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 контекст своей 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.

применять полученные знания на практике

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	7	1	2	2	0	письменное домашнее задание
2.	Тема 2. Рынок современной прессы	7	2	2	2	0	письменное домашнее задание
3.	Тема 3. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке	7	3,4	2	2	0	курсовая работа по дисциплине
4.	Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг	7	5-8	2	2	0	эссе
5.	Тема 5. Финансовая политика редакции	7	9,10	2	2	0	деловая игра
6.	Тема 6. Основы редакционного менеджмента.	7	11-14	2	2	0	эссе
7.	Тема 7. Управление редакционным коллективом	7	15	2	2	0	реферат
8.	Тема 8. Организация работы редакции СМИ.	7	16	2	2	0	курсовая работа по дисциплине
9.	Тема 9. Массовая работа редакции	7	17,18	2	2	0	отчет
.	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Экономика и журналистика

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.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Почему журналистика является производством? 2. Что является продукцией этого производства? 3. Что такое журналистская информация? 4. Как она становится товаром, и в каком виде выходит на рынок? 5. Что такое средства массовой информации? 6. Чем и почему различается журналистская информация, доставляемая на рынок различными СМИ? 7. Как происходит процесс обмена между производителями журналистской информации и ее потребителями?

Тема 2. Рынок современной прессы

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 публичность в системе материального производства.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Что такое информационный рынок и когда он возникает? 2. Каковы законы развития информационного рынка? 3. Что такое ресурсный рынок и что он включает? 4. Какие источники финансовых средств могут найти руководители редакций на финансовом рынке? 5. Что приобретают на рынке рабочей силы (труда) и от чего зависит ситуация на нем? 6. Что покупают и продают на издательском рынке? 7. Какие товары представлены на техническом рынке? 8. Чем регулируется ситуация на рынке бумаги и других материалов? 9. Что такое рынок продавцов и рынок покупателей? 10. Что входит в среду, в которой совершается обмен на рынке? 11. Какова структура рынка информации и идей? 12. Чем определяется конъюнктура на рынке рекламной информации? 13. Какие аспекты рынка периодических изданий вы знаете? 14. На какие секторы разделяется территориальный рынок? 15. Какова структура рынка покупателей? 16. В чем различие мотивации выбора товара на информационном рынке? 17. Каковы перспективы развития рынка покупателей электронной информации?

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

лекционное занятие (2 часа(ов)):

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)):

Контрольная работа 1. Где проходят регистрацию новые СМИ? А где аудиовизуальные СМИ получают лицензию на вещание? 2. Кто освобождается от регистрации СМИ? 3. Чем регулируется размер регистрационного сбора? 4. Чем регулируются правовые отношения между учредителем, издателем, собственником имущества и редакцией? В каких документах фиксируют эти отношения? 5. Кто руководит редакцией СМИ и представляет ее в отношениях с учредителем? 6. На какой основе осуществляется профессиональная деятельность редакции? 7. Что является экономическими предпосылками создания СМИ? 8. Что включает экономическая база СМИ? 9. Чем определяется решение вопроса о собственности ? кому принадлежит СМИ? 10. Кто имеет право быть учредителем, издателем, распространителем СМИ, главным редактором? 11. Какие вы знаете виды и особенности частного и коллективного учредительства? 12. Что такое многозвенное учредительство СМИ? 13. Когда редакция СМИ не может стать юридическим лицом? 14. Где производится дополнительная регистрация юридического лица редакции? 15. Какие организационно-правовые формы регистрации юридического лица редакции вы знаете? 16. Чем различаются открытое и закрытое акционерные общества?

Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Экономические основы редакционной деятельности. Понятие редакционно-издательского маркетинга. Основные цели редакционно-издательского маркетинга. Аспекты рынка СМИ. Факторы изучения аспектов рынка СМИ. Финансовый рынок. Рынок труда. Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов. Рынок информации и идей. Рынок распространителей. Рынок периодических изданий. Исследование рынка периодических изданий. Сегментирование рынка СМИ. Поиск ниши периодического издания. Виды рыночной ниши ? вертикальная и горизонтальная. Рынок потребителей информации. Анализ читательской аудитории. Разновидности читательской аудитории. Изучение возможностей продвижения на рынок. Ситуации конкуренции на рынке СМИ

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Чем объясняется концентрация средств массовой информации в России? 2. Какие формы концентрации СМИ вы знаете? 3. Что такое издательно-производственное объединение? 4. Чем издательский дом отличается от ИПО? 5. Что такое информационно-издательский холдинг? Кто руководит холдингом? 6. Каковы особенности информационно-издательского концерна? 7. Назовите причины и цели прихода российского капитала на информационный рынок. 8. К чему привел процесс концентрации российских средств массовой информации? 9. Какие типы информационных холдингов вы знаете? 10. Каковы формы и методы проникновения иностранного капитала на российский информационный рынок?

Тема 5. Финансовая политика редакции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Финансовая база издания. Бюджет СМИ, его структура. Расходная часть бюджета: общередакционные и издательские расходы. Доходная часть бюджета. Бизнес-план редакции, теле и радиокompании. Структура тиража. Ценовая политика СМИ. Оптимальная цена номера. Отпускная цена номера. Каталожная цена и подписная цена. Факторы ценовой политики редакции. Выручка от публикации рекламы. Цена рекламы как фактор прибыли СМИ. Система публикации рекламы. Медиапланирование как составная системы публикации рекламы. Прибыль СМИ

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Что такое редакционно-издательский маркетинг? Каковы его цели, задачи и направления? 2. Что такое сегмент рынка периодических изданий? Приведите примеры различных сегментов. 3. В чем заключается позиционирование издания? Что такое информационная ниша? Какие виды ниш вы знаете? 4. Какова цель исследования рынка покупателей информации, ее потребителей? Что такое целевая аудитория издания? Чем различаются потенциальная и реальная аудитории издания? 5. Каковы основные направления исследования целевой аудитории? 6. Как изучают конкурентные издания? Какие конкурентные ситуации возникают на рынке и чем они различаются? 7. Каковы цели и методы наблюдения за своим изданием?

Тема 6. Основы редакционного менеджмента.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Экономические принципы редакционной деятельности. Понятие редакционного менеджмента. Задачи менеджмента. Производственный и финансовый менеджмент. Менеджер – ключевая фигура управления СМИ. Качества менеджера: деловые и личностные. Уровни менеджмента в редакции. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Какое значение имеет планирование редакционно-издательского маркетинга? Чем различаются два вида маркетинга? 2. Что является основой планирования маркетинга? 3. Что такое маркетинговый прогноз? Каковы его цели и задачи? 4. Чем различаются общий и частный прогнозы? 5. Для чего разрабатывают сезонный прогноз? 6. Зачем редакция выпускает пробный номер газеты? 7. Что входит в систему методов маркетинга? 8. Каковы цели проведения фестиваля газеты? Как его готовят и проводят? 9. Какую роль играет реклама издания в средствах массовой информации как метод маркетинга? 10. Что такое маркетинговая кампания и как ее проводят?

Тема 7. Управление редакционным коллективом

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Структура редакционного коллектива. Факторы структуры редакционного коллектива. Принципы редакционной деятельности. Функциональные группы редакции: творческая и техническая. Звенья функциональных групп редакции. Типы структур редакции: пирамидальная, плоская. Внутриредакционные холдинги. Экономические методы управления.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Как определяют размеры, состав и структуру службы маркетинга? 2. Какие требования предъявляют редакционному маркетологу и почему? 3. Каковы особенности службы маркетинга в различных СМИ? 4. Как формируют бюджет маркетинга? 5. Для чего и как проводят контроль маркетинга?

Тема 8. Организация работы редакции СМИ.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Имидж издания. Модель издания. Зависимость модельных характеристик СМИ от структуры номеров. Факторы экономической модели газеты. Жанровая система публикаций, композиционная модель издания, система рубрик. Редакционное планирование и его особенности. Формы подачи материалов в номере.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Каковы цели финансовой политики редакции? 2. Что является финансовой базой редакции и компании? 3. Что такое уставный фонд редакции и компании и какова его структура? 4. Что входит в основной и оборотный фонды редакции? 5. Как формируется фонд редакции и компании? 6. Зачем нужен стартовый капитал? 7. Какие дополнительные источники денежных средств может использовать редакция или компания для укрепления своей базы?

Тема 9. Массовая работа редакции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Актив СМИ и организация работы с ним. Информаторы, консультанты, потенциальные авторы. Работа с письмами читателей. Формы массовой работы СМИ на современном пространстве информации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Контрольная работа 1. Какова роль бюджета и баланса редакции для ее деятельности? 2. Какова структура редакционного бюджета? 3. Какие статьи входят в общередакционные расходы? 4. Что входит в фонд оплаты труда работников редакции? 5. Какие системы оплаты труда журналистов вы знаете? 6. Каково значение фондов материального поощрения и социального развития для деятельности работников редакции? 7. Какие налоги в федеральный бюджет должна платить редакция? А какие издания и почему пользуются при этом льготами? 8. Что относится к издательским расходам редакции? 9. Кому выплачивают литературный гонорар за публикации в издании и кто устанавливает его размеры? 10. Что такое гонорарная стоимость номера газеты? 11. Какие статьи относятся к производственным расходам редакции и какое место они занимают в расходной части ее бюджета? 12. Какое значение имеет выбор вида печати тиража газеты для определения размеров редакционных расходов? 13. Какое место в производственных расходах редакции занимает оплата распространения ее издания?

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	7	1	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
2.	Тема 2. Рынок современной прессы	7	2	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
3.	Тема 3. Правовые и экономические основы организации деятельности СМИ на информационном рынке	7	3,4	подготовка к курсовой работе по дисциплине	4	курсовая работа по дисциплине
4.	Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг	7	5-8	подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
5.	Тема 5. Финансовая политика редакции	7	9,10		4	деловая игра
6.	Тема 6. Основы редакционного менеджмента.	7	11-14		4	дискуссия
7.	Тема 7. Управление редакционным коллективом	7	15	подготовка к реферату	4	реферат
8.	Тема 8. Организация работы редакции СМИ.	7	16	подготовка к отчету	4	отчет
9.	Тема 9. Массовая работа редакции	7	17,18	подготовка к отчету	4	отчет
	Итого				36	

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

домашнее задание , примерные вопросы:

Тема 2. Рынок современной прессы

домашнее задание , примерные вопросы:

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

курсовая работа по дисциплине , примерные вопросы:

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.

Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг

коллоквиум , примерные вопросы:

Темы для эссе: 1. Как еоздать 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.

Тема 5. Финансовая политика редакции

деловая игра , примерные вопросы:

Тема 6. Основы редакционного менеджмента.

дискуссия , примерные вопросы:

Темы для эссе: 1. Как еоздать 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.

Тема 7. Управление редакционным коллективом

реферат , примерные темы:

Тема 8. Организация работы редакции СМИ.

отчет , примерные вопросы:

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.

Тема 9. Массовая работа редакции

отчет , примерные вопросы:

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Темы для эссе:

1. Как еоздать 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:

Теория и практика массовой информации, Киселев, Александр Георгиевич, 2009г.

Средства массовой информации России, Алексеева, Марина Ивановна; Засурский, Я. Н.; Вартанова, Е. Л.; Шкондин, М. В., 2006г.

Средства массовой информации России, Алексеева, Марина Ивановна; Засурский, Я. Н.; Вартанова, Е. Л.; Шкондин, М. В., 2008г.

Журналистика, Ворошилов, Валентин Васильевич, 2009г.

Основы менеджмента, Веснин, Владимир Рафаилович, 2010г.

Информационный менеджмент массовой коммуникации, Головкин, Борис Н., 2005г.

Бобров А.А. Путь к профессионализму: учебное пособие для курса "Основы творческой деятельности журналиста". - М., 2011. - 169 с. //

<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=8998>

Газдюк П.Н. Особенности работы Российского агентства международной информации "РИА Новости" как интернет-СМИ: учебное пособие. - М.: МГИМО-Университет, 2012. - 56 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7201>

Идлис Ю. Рунет: Сотворенные кумиры. - М.: Альпина Паблишер, 2010. - 592 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9821>

Криницын Е. Акулы интервью: 11 мастер-классов. - М.: Альпина Паблишер, 2010. - 173 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9562>

Лазутина Г.В.; Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 322 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5988>

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. - М.: Аспект Пресс. 2010. - 238 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5987>

7.2. Дополнительная литература:

Журналистика, Ворошилов, Валентин Васильевич, 2004г.

Журналистика, Ворошилов, Валентин Васильевич, 2006г.

Техника и технология СМИ, Галкин, Станислав Илларионович, 2007г.

Газета, Гуревич, Семен Моисеевич, 2004г.

Экономика отечественных СМИ, Гуревич, Семен Моисеевич, 2009г.

Тензорная методология исследования бизнес-процессов, Веревкина, Елена Васильевна; Гуревич, Дмитрий Михайлович; Петров, Михаил Николаевич, 2005г.

Колесниченко А.В. Практическая журналистика. URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7962> (режим доступа - свободный).

Кодола Н.В. Интервью: Методика обучения. Практические советы URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5980> (режим доступа - свободный).

Криницын Е. Акулы интервью: 11 мастер-классов. URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9562> (режим доступа - свободный).

Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5988> (режим доступа - свободный).

Тертычный А.А. Жанры периодической печати. URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6054> (режим доступа - свободный).

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 средств массовой информации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

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 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Международная журналистика

Автор(ы):

Гильманова А.Н. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Дорощук Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.