

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



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Экономика и менеджмент средств массовой информации Б3.Б.19

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Телевидение

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 (отделение массовых коммуникаций):

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

Регистрационный No 941848914

Казань
2014

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 Отделение массовых коммуникаций , Ajpgul.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 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 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	домашнее задание
2.	Тема 2. Рынок современной прессы	7	2	2	2	0	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
	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)):

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)):

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)):

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)):

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)):

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)):

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)):

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)):

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)):

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

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
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, Фурсова, В. В., 2008г.
Основы менеджмента, Веснин, Владимир Рафаилович, 2010г.
Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706>
Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс] : монография / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова. - М. : Флинта : Наука, 2013. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1360-0 (Флинта), ISBN 978-5-02-037752-3 (Наука)// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455346>
Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с.: 60х84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров). (переплет) ISBN 978-5-394-01185-6, 1500 экз. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=329134>
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/catalog.php?bookinfo=391919>

7.2. Дополнительная литература:

Журналистика, Ворошилов, Валентин Васильевич, 2004г.
Журналистика, Ворошилов, Валентин Васильевич, 2006г.
Техника и технология СМИ, Галкин, Станислав Илларионович, 2007г.
Экономика отечественных СМИ, Гуревич, Семен Моисеевич, 2004г.
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.
Колесникова Н. Л. Деловое общение. Business Communication [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Л. Колесникова. - 5-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 152 с. - ISBN 978-5-89349-521-8.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=495986>
Тавокин, Е. П. Журналистика в информационном обществе [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2005. - 32 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=374356>

Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Режим доступа:
<http://www.znanium.com///http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=370912>
Иванов, Г. П. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / Под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 719 с. - ISBN 5-238-00479-6.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377198>
Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 342 с.

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 Телевидение .

Автор(ы):

Гильманова А.Н. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Дорощук Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.