

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
Медиаэкономика и медиаиндустрия Б1.ДВ.2

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Периодическая печать

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шакиров А.И.

Рецензент(ы):

Шайхитдинова С.К.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Шайхитдинова С. К.

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 941868617

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. Шакиров А.И. Кафедра журналистики Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Alfred.Shakirov@rambler.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Современные медиасистемы и медиаэкономика" являются ознакомление студентов с основными принципами функционирования медиаэкономики и медиапланирования в разных отраслях (печатные СМИ, радио, телевидение, новые медиа), ценовой политикой медиаиндустрий; формирование практических навыков для самостоятельного анализа медиарынка, а также - понимания функционирования рыночной системы российских и европейских медиа в условиях медиаконвергенции.

Задачи курса:

- ознакомить студентов с ключевыми понятиями медиаэкономики и принципами ее функционирования в различных отраслях (пресса, радио, телевидение, новые медиа) России и Европы
- обучить навыкам исследования медиарынков - поиску, сбору, анализу информации, необходимыми для использования в дальнейшей профессиональной работе аналитика и журналиста.
- сформировать умение представлять информацию в форме презентации и доклада, текста статьи или эссе

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7, 8 семестры.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к базовой (профессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестре.

Курс "Современные медиасистемы и медиаэкономика" принадлежит к базовой части профессионального цикла подготовки бакалавров по направлению: 031300.68 - журналистика, политическая проблематика.

Он сопрягается с такими текущими курсами данного направления, как "Методология и методика медиаисследований", "Социология журналистики", "Современные теории СМИ", "Менеджмент в средствах СМИ", "Теория и практика медиасистем", "Современный медиатекст".

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	готовность уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, руководствоваться ими в профессиональной деятельности

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-19 (общекультурные компетенции)	способность ориентироваться в современной системе источников информации в целом и по отдельным отраслям знаний и сферам общественной практики, знание и умение владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, умение использовать различные программные средства, базы данных, работать в Интернете и использовать его ресурсы, пользоваться поисковыми системами, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
ОК-7 (общекультурные компетенции)	умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ОК-9 (общекультурные компетенции)	понимание социальной значимости своей будущей профессии, высокая мотивация к выполнению профессиональной деятельности
ПК-7 (профессиональные компетенции)	понимание базовых принципов формирования системы СМИ, представление об основных организационных формах медиаиндустрии (издательские дома, медиахолдинги, акционерные общества), ориентация в современных реалиях функционирования системы СМИ в России, а также в ее инфраструктуре
ПК-44 (профессиональные компетенции)	осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта
ПК-45 (профессиональные компетенции)	частвовать в разработке и коррекции концепции СМИ (издания, канала, передачи), его модели, формата, разрабатывать авторский медиапроект
ПК-50 (профессиональные компетенции)	привлекать к сотрудничеству со СМИ представителей различных сегментов общества (слоев и групп населения, экспертов, работников государственных и общественных организаций) для обеспечения баланса интересов и мнений в контенте СМИ

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- ключевые понятия медиаэкономики, социально-экономические принципы организации медиаиндустрий современных России и Европы в различных отраслях (пресса, телевидение, радио, новые медиа)
- тенденции развития современных медиарынков России и Европы в контексте ключевых дебатов о европеизации и конвергенции.

2. должен уметь:

- найти, проанализировать и интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий в ракурсе существующей проблематики ;
- представить полученные данные в разных форматах: презентации, статьи, отчета, эссе.

3. должен владеть:

основами методологии научного исследования, основным категориальным аппаратом дисциплины "медиаэкономика", навыками сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

основами методологии научного исследования, основным категориальным аппаратом дисциплины 'медиаэкономика', навыками сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины отсутствует в 7 семестре; зачет в 8 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. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка масс-медиа.	7	1	1	0	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Печатные медиа	7	2	1	0	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Радиовещание	7	3	0	0	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Телевидение	8	4	1	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа	8	5	1	1	0	Контрольная работа
6.	Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция?	8	6	0	1	0	Контрольная точка
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			4	4	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка масс-медиа.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг). Рынок товаров СМИ. Товар СМИ. Географический рынок СМИ. Аудитория в медиапланировании. Анализ аудитории по категориям. Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Рыночные стратегии предприятий СМИ. Издержки в медиаиндустрии. Ценовая политика: особенности формирования.

Тема 2. Печатные медиа

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции. Основные этапы развития газетной индустрии. Современные тенденции развития печатных рынков России и Европы.

Тема 3. Радиовещание

Тема 4. Телевидение

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основные модели телевизионной индустрии. Источники доходов в телевизионной индустрии. Производство телепрограмм как сектор телеиндустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном российском и европейском медиарынке. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран. Финансирование и организация общественного вещания: британский опыт. Возможности адаптации европейских моделей телевизионной индустрии в России.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Экономические особенности телевизионной индустрии и ее продукта, по сравнению с другими медиа-индустриями 2. Модели телевизионной индустрии. 3 Типы современных телевизионных индустрий. 4. Сходства и отличия моделей телевизионных индустрий в разных странах Европы и их сравнение с Россией (политика в организации различных моделей ? достоинства и недостатки, особенности функционирования) . Студентам предлагается выбрать разные европейские страны для их сравнительного анализа с Россией.

Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Конвергенция как фактор преобразования медиасистем. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ.

практическое занятие (1 часа(ов)):

1. Какие типы медиаконвергенции можно выделить? 2. Какие стратегии используются современными российскими и европейскими медиаиндустриями в условиях конвергенции? 3. Каковы прогнозы развития онлайн-СМИ и новых СМИ в их конкуренции со старыми?? Ваше мнение.

Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция?

практическое занятие (1 часа(ов)):

1. Назовите основных теоретиков информационного и постиндустриального общества. Каковы достоинства и недостатки их теорий? В какой степени их прогнозы в отношении развития медиарынков оправдались, с Вашей точки зрения? 2. Какие существуют альтернативные модели развития медиаэкономик? Что такое модель ?длинного хвоста?? Приведите примеры реализации такой модели. 3. В чем заключается суть политики европеизации в отношении медиарынков? 3. В какой степени и в каких формах соотносятся между собой идея европеизации и процессы медиаконвергенции? Европеизация ? это конвергенция или дивергенция? 4. В какой форме, в рамках развития медиарынков современной России, возможна реализация политики европеизации, если это возможно вообще, на Ваш взгляд?

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. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка масс-медиа.	7	1	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Печатные медиа	7	2	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Радиовещание	7	3	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
4.	Тема 4. Телевидение	8	4	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
5.	Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа	8	5	подготовка к контрольной работе	10	контрольная работа
6.	Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция?	8	6	подготовка к контрольной точке	10	контрольная точка
	Итого				60	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются: лекционные, семинарские занятия, которые закрепляются в ходе научно-исследовательской практики магистров, а также самостоятельная работа студентов над письменной работой.

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

Тема 1. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка масс-медиа.

устный опрос , примерные вопросы:

1.Что такое экономика? В чем состоит предмет дисциплины ?медиаэкономика?? 2. В чем заключается двойственная природа рынка медиаиндустрии? 3. Параметры изучения СМИ в медиапланировании. 4. Что такое экономика? В чем состоит предмет дисциплины ?медиаэкономика?? 5. В чем заключается двойственная природа рынка медиаиндустрии? 6. Параметры изучения СМИ в медиапланировании.

Тема 2. Печатные медиа

устный опрос , примерные вопросы:

1. Экономические особенности газетной индустрии. 2. Типы рыночных структур индустрии прессы в развитых странах. 3. Отличие журнальной индустрии от индустрии прессы. 4. Тенденции развития печатной индустрии в различных странах Европы и России. Особенности. Перспективы развития. Студентам предлагается выбрать разные европейские страны для их сравнительного анализа с Россией.

Тема 3. Радиовещание

устный опрос , примерные вопросы:

1. Особенности радиовещания как индустрии. 2. Современные форматы радиоиндустрии в России и в странах Европы. 3. Стратегии развития европейских и российских радиостанций: сходства и различия. 4. Прогнозы развития радиоиндустрии. Студентам предлагается выбрать разные европейские страны для их сравнительного анализа с Россией.

Тема 4. Телевидение

устный опрос , примерные вопросы:

1. Экономические особенности телевизионной индустрии и ее продукта, по сравнению с другими медиа-индустриями 2. Модели телевизионной индустрии. 3 Типы современных телевизионных индустрий. 4. Сходства и отличия моделей телевизионных индустрий в разных странах Европы и их сравнение с Россией (политика в организации различных моделей ? достоинства и недостатки, особенности функционирования) . Студентам предлагается выбрать разные европейские страны для их сравнительного анализа с Россией.

Тема 5. Экономика, медиконвергенция и новые медиа

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Какие типы медиаконвергенции можно выделить? 2. Какие стратегии используются современными российскими и европейскими медиаиндустриями в условиях конвергенции? 3. Каковы прогнозы развития онлайн-СМИ и новых СМИ в их конкуренции со старыми?? Ваше мнение.

Тема 6. Медиаэкономика в современном обществе. Медиаиндустрии и европеизация: конвергенция и(или) дивергенция?

контрольная точка , примерные вопросы:

Задание. Покажите на примере какой-либо ?старой? индустрии медиа (печать, радио, телевидение) как менялось медиапланирование в контексте медиаконвергентных процессов. Сравните особенности медиапланирования в различных отраслях одного и того же медиа (например ? газеты и журналы, платные ? бесплатные издания, коммерческое радио ? государственное, телевидение государственное (антенна) ? кабельное и т.д.). Какие есть особенности в медиапланировании в различных отраслях в одном и том же медиа в зависимости от страны? Выберите одну европейскую страну и сравните ее с Россией. Объем: 1000 слов.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету:

1. Ключевые понятия медиаэкономики.
2. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
3. Рынок товаров СМИ.
4. Географический рынок СМИ.
5. Аудитория в медиапланировании.
6. Анализ аудитории по категориям.
7. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
8. Рыночные стратегии предприятий СМИ.
9. Издержки в медиаиндустрии.
10. Ценовая политика: особенности формирования.
11. Издательские риски: политика государственных органов, издания конкурентов, неверный выбор структуры, оформления, формата, вариантов продвижения издания, авторский и управленческий коллектив, производственные и финансово-экономические тенденции.
12. Основные этапы развития газетной индустрии в России и Европе.
13. Типы медиконвергенции.
14. Особенность медиаконвергентных рынков. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка.

15. Основные этапы развития индустрии электронных СМИ.
16. Основные этапы развития телеиндустрии в России и Европе.
17. Модель "длинного хвоста".
18. Европеизация и медиаиндустрии в условиях конвергенции.

7.1. Основная литература:

Профессия - продюсер кино и телевидения. Практические подходы [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Продюсерство кино и телевидения' и другим кинематографическим специальностям / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 711 с. - (Серия 'Медиаобразование'). - ISBN 978-5-238-01810-2.

URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390209>

Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз.

URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706>

Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-006932-6, 500 экз.

URI: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415337>

7.2. Дополнительная литература:

Телевизионная индустрия США: Учебное пособие / А.С. Зубок. - М.: НИЦ ИНФРА-М: Вузовский учебник, 2015. - 256 с.: 60x90 1/16. (обложка) ISBN 978-5-16-010268-9, 500 экз. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=479956>

Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия 'Учебник нового поколения').' - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html>

Экономика отечественных СМИ [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2009. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705454.html>

7.3. Интернет-ресурсы:

Абов Е. Печатные СМИ: мировые и российские тенденции. Н.Новгород, 2008. Презентация - http://www.gipp.ru/zip/23848_abov_nn.pdf

Андерсон К."Длинный хвост": новая модель ведения бизнеса. М.: "Вершина", 2008 - <http://www.inwit.ru/dlinniy-chvost-novaya-model-vedeniya-biznesa-pdf-doc-fb2-epub-kris-anderson.htm>

Европейская конвенция о трансграничном телевидении. Страсбург 1988 (1989). - <http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=132&CM=1&CL=RUS>

Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. Под ред. А.Г. Качкаевой. М.: 2010 - <http://new-media-school.blogspot.ru/2010/06/blog-post.html>

Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи //Российский журнал менеджмента. Том 6, ♦ 3, 2008. С. 129?144 - http://www.rjm.ru/files/upload/rjm/2008/3/6_3_zinin.pdf

Сайт Европейской комиссии. Аудиовизуальная и медиа политика. Документы - http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/psb/index_en.htm

Сайт Роберта Пикара (R.Picard) - <http://www.robertpicard.net>

Сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Отраслевые доклады - <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2012.html>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Медиаэкономика и медиаиндустрия" 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.

Мультимедийная аудитория, вместимостью до 15 человек. Должна быть оснащена мультимедийным проектором, автоматизированным проекционным экраном, акустической системой.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.62 "Журналистика" и профилю подготовки Периодическая печать .

Автор(ы):

Шакиров А.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Шайхитдинова С.К. _____

"__" _____ 201__ г.