

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра телевизионных, радио- и интернет-технологий

**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) - «Телевизионная журналистика»,  
«Мультимедийная журналистика и современные медиатехнологии»,  
«Международная журналистика. Скандинавия»  
Уровень квалификации выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва, 2019 г.

Экономика и менеджмент СМИ  
Рабочая программа дисциплины  
Составитель: Кандидат экон. наук, доцент Ярных В.И.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
телевизионных, радио- и интернет-технологий  
№ 10/1 от 27.08. 2019 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

- 1 Пояснительная записка**
    - 1.1** Цель и задачи дисциплины
    - 1.2** Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
    - 1.3** Место дисциплины в структуре образовательной программы
  - 2 Структура дисциплины**
  - 3 Содержание дисциплины**
  - 4 Образовательные технологии**
  - 5 Оценка планируемых результатов обучения**
    - 5.1** Система оценивания
    - 5.2** Критерии выставления оценок
    - 5.3** Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
  - 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**
    - 6.1** Список источников и литературы
    - 6.2** Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
  - 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины**
  - 8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**
  - 9 Методические материалы**
    - 9.1** Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
    - 9.2** Методические рекомендации по подготовке письменных работ
    - 9.3** Иные материалы
- Приложения**  
Приложение 1. Аннотация дисциплины  
Приложение 2. Лист изменений

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» входит в состав базовой части учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Цель дисциплины – обучение студентов необходимым навыкам и компетенциям для успешной работы в условиях современного российского медиарынка, а также ознакомлении их с новейшими тенденциями развития мирового медиабизнеса.

Задачи дисциплины:

- получить глубокие знания основных законов, понятий, терминов медиаэкономики;
- изучить этапы развития мировой медиаэкономики и системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков;
- узнать основы и его базовые модели медиаменеджмента;
- овладеть практическими навыками создания и управления успешными медиапредприятиями.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-4	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	<b>Знать:</b> основные направления развития экономической мысли; сущность и формы организации хозяйственной деятельности; цели, функции и инструменты экономической политики. <b>Уметь:</b> определять тенденции развития экономики России на современном этапе; применять графический метод при исследовании экономических взаимосвязей. <b>Владеть:</b> методами экономического анализа социальных явлений.
ОПК-11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций	<b>Знать:</b> основы редакционного менеджмента; основы продвижения информационной продукции на рынок; основы финансового планирования <b>Уметь:</b> выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ. <b>Владеть:</b> методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ; навыками анализа конкурентных ситуаций и решения экономических проблем редакции; терминологией,

	СМИ, основы медиаменеджмента	связанной с продвижением торговой марки периодических изданий на рынок
ОПК-12	способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу	<b>Знать:</b> главные принципы формирования организационной, функционально- должностной структуры редакции, основные права и обязанности сотрудников; методы изучения общественного мнения. <b>Уметь:</b> подготовить бизнес-план создания и функционирования медиапредприятия (газеты, журнала, радио или телевизионного канала, телевизионной или радиопрограммы, Интернет-СМИ и др). <b>Владеть:</b> навыками самостоятельного освоения новых знаний в сфере управления СМИ;

### 1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» относится к обязательным дисциплинам базовой части учебного плана. Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении дисциплин «Экономика», «Аналитика на современном телевидении».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Продюсирование на телевидении», «Медиастатистика на телевидении».

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1	Феномен «медиаэкономики»	7	2					6	
2	Медиапредпринимательство	7	2					6	
3	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	7	4	2				8	Контрольная работа
4	Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика	7	4	4				8	
5	Медиаменеджмент и его основные модели	7	2	2				8	Контрольная работа
6	Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия	7	2	4				8	
	Промежуточная аттестация: <i>Зачет</i>								По билетам
	итого:		16	12				44	

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 ч., самостоятельная работа обучающихся 64 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Курс	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1	Феномен «медиаэкономики»	5						8	
2	Медиапредпринимательство	5	1					12	
3	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	5	1	1				12	Контрольная работа
4	Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика	5		1				12	
5	Медиаменеджмент и его основные модели	5	1	1				12	Контрольная работа
6	Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия	5	1	1				8	
	Промежуточная аттестация: <i>Зачёт</i>								По билетам
	итоги:		4	4				64	

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Феномен «медиаэкономики»	Основные законы, понятия и термины медиаэкономики.
2	Медиапредпринимательство	Экономическая история медиапредпринимательства
3	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	Двойственный характер медиарынка. Массовость и фрагментарность аудитории. Конвергенция СМИ.
4	Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика	Телевизионная и киноиндустрия. Интернет-СМИ. Печатные СМИ. Новостные агентства.
5	Медиаменеджмент и его основные модели	Медиамаркетинг, брендинг и промоушн. Медиапланирование. Финансовый, кадровый менеджмент.
6	Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия	Основные компоненты бизнес-плана.

### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	Феномен «медиаэкономики»	Лекция 1 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора.
2	Медиапредпринимательство	Лекция 2 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора.
3	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	Лекция 3-4 семинар 1 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Дискуссия на семинаре
4	Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика	Лекция 5-6 семинар 2-3 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Проведение контрольной работы Дискуссия на семинаре
5	Медиаменеджмент и его основные модели	Лекция 7 Семинар 1 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Дискуссия на семинаре
6	Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия	Лекция 8. Семинар 5-6 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Развернутая беседа. Консультирование Дискуссия на семинаре



## 5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - <i>контрольная работа</i>	30 баллов	60 баллов
Промежуточная аттестация: зачет		40 баллов
<b>Итого за семестр зачёт</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А, В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		учёт результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Примерный перечень вопросов для контрольной работы № 1

1. В чём заключается нетрадиционность медиаиндустрии?
2. В чём состоит кластеризация медиаиндустрии? Перечислите главные сегменты кластера индустрии содержания.
3. Какие материальные и нематериальные товары производит медиаиндустрия?
4. Каковы особенности медиарынка?
5. Какие средства массовой информации относятся к СМИ индивидуального, а какие – к СМИ коллективного потребления?
6. В чём состоит коммодификация контента и аудитории?
7. Каковы причины фрагментации аудитории и её последствия для медиаиндустрии?
8. Какие издержки в медиапроизводстве являются постоянными, а какие переменными; какие общими, предельными и средними?
9. Назовите два ключевых типа предприятий, действующих в телевизионной индустрии. Назовите конкретные примеры.
10. Назовите три основные организационно-программные модели телевизионной индустрии. Назовите конкретные примеры.
11. За счёт каких средств финансируется коммерческое, общественное и государственное телевидение?
12. Назовите наиболее распространенные способы распространения телесигнала.
13. В чем состоит основной экономический закон эфирного телевидения?

14. Какие затраты в телевизионной индустрии имеют тенденцию к снижению, а какие – к повышению?

15. В чем состоит сетевой принцип организации телевидения?

### **Примерный перечень вопросов для контрольной работы № 2**

1. Дайте характеристику основных типов телевизионных сетей.
2. Назовите главную причину использования рециклинга в новостном телевидении.
3. Каковы источники доходов в телеиндустрии?
4. Каковы главные причины тенденции перехода коммерческого радиовещания к узким форматам?
5. Каковы преимущества и недостатки радио как рекламоносителя?
6. С чем связано динамичное развитие кабельной индустрии?
7. В чём проявляется конвергенция в медиаиндустрии?
8. Каковы структурные и функциональные преимущества онлайн-СМИ?
9. Назовите четыре главные особенности газетного производства.
10. В чем состоят «таблоидизация» и «квалоидизация»?
11. Что такое макро- и микроменеджмент в медиаиндустрии?
12. Каковы цели и предмет бизнес – плана редакции СМИ?
13. Дайте характеристики производственному и финансово-экономическому менеджменту медиапредприятия.
14. Каковы цели и предмет медиапланирования?
15. Каковы основные особенности медиамаркетинга?

### **Примерный перечень вопросов для зачета**

1. Структура бюджета телекомпании.
2. Особенности бюджета телекомпании в зависимости от её типа.
3. Бюджеты производящей и вещательной телекомпании.
4. Рекламная и ценовая политики телекомпании.
5. Факторы, влияющие на ценовую политику.
6. Маркетинг и телевизионное производство.
7. Основные процессы маркетинга телевизионного информационного производства.
8. Особенности процесса управления информационным производством в телекомпании.
9. Особенности функциональных моделей телекомпании.
10. Способы финансирования телепроизводства и телевидения.
11. Характеристика рыночных продуктов, производимых вещательной телекомпанией (цельная программа, эфирное время).
12. Политический и коммерческий потенциал вещательного телевидения.
13. Коммерческая деятельность телекомпании общественного телевидения.
14. Условия развития общественного телевидения.
15. Программная политика телекомпании: стратегия и тактика программирования.
16. Социальное и манипулятивное программирование.
17. Аудитория и рейтинг телепрограммы.
18. Управление качеством работы кинопредприятия и телекомпании.
19. основоположники менеджмента и школы: Ф.Тейлор, А.Файоль, М.Вебер.
20. Школа научного менеджмента, школа человеческих отношений.
21. Теории мотивации МакГрегор, Лайкерт, Маслоу.
22. Отличительные черты системы управления на предприятиях СМИ.

23. Экономические принципы деятельности телекомпаний.
24. Роль и значение менеджмента в современном медиабизнесе.
25. Задачи менеджмента телекомпаний.
26. Требования, предъявляемые к менеджеру телекомпания.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Список источников и литературы

#### Источники

1. Конституция Российской Федерации с комментариями Конституционного Суда РФ. – 4-е изд. М.: ИНФРА-М, 2008. - 200 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 496 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. – М.: Кнорус, 2013. - 848 с.

#### Литература

##### Основная

1. Экономика, маркетинг, менеджмент / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с.: ISBN 978-5-394-02732-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415015>
2. Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363305>
3. Поляков, В. В. Международные экономические отношения: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Поляков, Е. Н. Смирнов, Р. К. Щенин ; под редакцией В. В. Полякова, Р. К. Щенина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 180 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-00642-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/433609>

##### Дополнительная

1. Лапыгин, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Лапыгин Ю.Н. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 266 с. ISBN 978-5-16-105133-7 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/567397>
2. Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/370912>
3. Менеджмент инноваций: / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501893>
4. Менеджмент: / Е.Е. Вершигора. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 283 с.: 60x88 1/16. - (обложка) ISBN 978-5-16-000528-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/123084>

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронный научный журнал «Медиаскоп» [www.mediascope](http://www.mediascope)
2. Международная исследовательская группа TNS <http://www.tns-global.ru/>

#### Перечень БД и ИСС

№п /п	Наименование
----------	--------------

1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.  Web of Science  Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.  Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД  JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы  Консультант Плюс, Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Мультискринный видеокomпьютерный класс, устройства отображения информации и аудиооборудование, проектор, проекционный экран, акустическая система, DVD-плеер, видеомагнитофон, доска маркерная, компьютерное оборудование.

Требования к программному обеспечению: Операционная система Microsoft Windows 7, 10 Pro, Microsoft Office 2010, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, Acrobat Professional 9

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;

- дисплеем Брайля PAC Mate 20;

- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;

- акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;

- компьютерной техникой со специальным программным

обеспечением.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **9.1. Планы семинарских занятий.**

### Тема 3. Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики ( 2 ч.)

#### Вопросы для обсуждения:

- В чём заключается нетрадиционность медиаиндустрии?
- В чём состоит кластеризация медиаиндустрии? Перечислите главные сегменты кластера индустрии содержания.
- Какие материальные и нематериальные товары производит медиаиндустрия?
- Каковы особенности медиарынка?
- Какие средства массовой информации относятся к к СМИ индивидуального, а какие – к СМИ коллективного потребления?
- В чём состоит коммодификация контента и аудитории?
- Каковы причины фрагментации аудитории и её последствия для медиаиндустрии?
- В чем состоят «таблоидизация» и «квалоидизация»?

#### Рекомендуемая литература

##### Основная

1. Экономика, маркетинг, менеджмент / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с.: ISBN 978-5-394-02732-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415015>

2. Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363305>

3. Поляков, В. В. Международные экономические отношения: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Поляков, Е. Н. Смирнов, Р. К. Щенин; под редакцией В. В. Полякова, Р. К. Щенина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 180 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-00642-1. — URL: <https://urait.ru/bcode/433609>

##### Дополнительная

1. Лапыгин, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Лапыгин Ю.Н. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 266 с. ISBN 978-5-16-105133-7 (online). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/567397>

2. Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/370912>

3. Менеджмент инноваций: / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501893>

4. Менеджмент: / Е.Е. Вершигора. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 283 с.: 60x88 1/16. - (обложка) ISBN 978-5-16-000528-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/123084>

### Тема 4. Системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков: особенности и динамика (4 ч.)

#### Вопросы для обсуждения:

- Какие издержки в медиапроизводстве являются постоянными, а какие переменными; какие общими, предельными и средними?
- Назовите два ключевых типа предприятий, действующих в телевизионной индустрии. Назовите конкретные примеры.
- Назовите три основные организационно-программные модели телевизионной индустрии. Приведите конкретные примеры.



- За счёт каких средств финансируется коммерческое, общественное и государственное телевидение?
- Назовите наиболее распространенные способы распространения телесигнала.
- В чем состоит основной экономический закон эфирного телевидения?
- Какие затраты в телевизионной индустрии имеют тенденцию к снижению, а какие – к повышению?
- В чем состоит сетевой принцип организации телевидения?
- Дайте характеристику основных типов телевизионных сетей.
- Назовите главную причину использования рециклинга в новостном телевидении.

#### **Рекомендуемая литература**

##### **Основная**

1. Экономика, маркетинг, менеджмент / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с.: ISBN 978-5-394-02732-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415015>
2. Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363305>
3. Поляков, В. В. Международные экономические отношения: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Поляков, Е. Н. Смирнов, Р. К. Щенин; под редакцией В. В. Полякова, Р. К. Щенина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 180 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-00642-1. — URL: <https://urait.ru/bcode/433609>

##### **Дополнительная**

1. Лапыгин, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Лапыгин Ю.Н. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 266 с. ISBN 978-5-16-105133-7 (online). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/567397>
2. Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/370912>
3. Менеджмент инноваций: / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501893>
4. Менеджмент: / Е.Е. Вершигора. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 283 с.: 60x88 1/16. - (обложка) ISBN 978-5-16-000528-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/123084>

#### **Тема 5. Медиаменеджмент и его основные модели (2 ч.)**

##### *Вопросы для обсуждения:*

- Каковы главные модели медиамаркетинга на макро- и микроуровнях?
- Какие цели преследуют медиамаркетинг, брендинг и промоушн?
- В чем состоят главные методы, используемые в медиамаркетинге, брендинге и промоушне?
- В чем состоят задачи и методы медиапланирования?
- Какова роль финансового и кадрового менеджмента в управлении медиапредприятием?

#### **Рекомендуемая литература**

##### **Основная**

1. Экономика, маркетинг, менеджмент / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с.: ISBN 978-5-394-02732-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415015>

2. Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363305>

3. Поляков, В. В. Международные экономические отношения: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Поляков, Е. Н. Смирнов, Р. К. Щенин; под редакцией В. В. Полякова, Р. К. Щенина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 180 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-00642-1. — URL: <https://urait.ru/bcode/433609>

#### **Дополнительная**

1. Лапыгин, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Лапыгин Ю.Н. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 266 с. ISBN 978-5-16-105133-7 (online). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/567397>

2. Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/370912>

3. Менеджмент инноваций: / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501893>

4. Менеджмент: / Е.Е. Вершигора. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 283 с.: 60x88 1/16. - (обложка) ISBN 978-5-16-000528-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/123084>

### **Тема 6. Предпосылки создания и деятельности успешного предприятия (4 ч.)**

Цель задания – показать студентам, насколько важно заранее просчитать продвижение и развитие проекта СМИ.

Задание: составить бизнес-план развития одного СМИ (на выбор).

*Вопросы для обсуждения:*

- Каковы цели и предмет бизнес – плана редакции СМИ?
- Каковы главные экономические факторы создания и функционирования успешного медиапредприятия?
- Каковы внеэкономические факторы, подлежащие учету при создании и управлении медиапредприятием?
- Какие исследования необходимо предпринять при выработке бизнес-плана медиапредприятия?
- Каковы главные составные части бизнес-плана медиапредприятия?

#### **Рекомендуемая литература**

##### **Основная**

1. Экономика, маркетинг, менеджмент / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с.: ISBN 978-5-394-02732-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415015>

2. Количественный анализ в экономике и менеджменте: / В.А. Малугин, Л.Н. Фадеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 615 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (переплет) ISBN 978-5-16-004832-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363305>

3. Поляков, В. В. Международные экономические отношения: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Поляков, Е. Н. Смирнов, Р. К. Щенин; под редакцией В. В. Полякова, Р. К. Щенина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 180 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-00642-1. — URL: <https://urait.ru/bcode/433609>

#### **Дополнительная**

1. Лапыгин, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Лапыгин Ю.Н. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 266 с.ISBN 978-5-16-105133-7 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/567397>
2. Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/370912>
3. Менеджмент инноваций: / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/501893>
4. Менеджмент: / Е.Е. Вершигора. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 283 с.: 60x88 1/16. - (обложка) ISBN 978-5-16-000528-7 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/123084>

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» реализуется на факультете журналистики кафедрой «Телевизионных, радио- и интернет технологий»

Цель дисциплины – обучение студентов необходимым навыкам и компетенциям для успешной работы в условиях современного российского медиарынка, а также ознакомлении их с новейшими тенденциями развития мирового медиабизнеса.

Задачи дисциплины:

- получить глубокие знания основных законов, понятий, терминов медиаэкономики;
- изучить этапы развития мировой медиаэкономики и системные изменения российских СМИ в конце 20-го – начале 21 веков;
- узнать основы и его базовые модели медиаменеджмента;
- овладеть практическими навыками создания и управления успешными медиапредприятиями.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОК-4 Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ОПК-11 способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента

ОПК-12 - способностью понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основные направления развития экономической мысли; сущность и формы организации хозяйственной деятельности; цели, функции и инструменты экономической политики; основы редакционного менеджмента; основы продвижения информационной продукции на рынок; основы финансового планирования; главные принципы формирования организационной, функционально-должностной структуры редакции, основные права и обязанности сотрудников; методы изучения общественного мнения.

**Уметь:** определять тенденции развития экономики России на современном этапе; применять графический метод при исследовании экономических взаимосвязей; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ; подготовить бизнес-план создания и функционирования медиапредприятия (газеты, журнала, радио или телевизионного канала, телевизионной или радиопрограммы, Интернет-СМИ и др).

**Владеть:** методами экономического анализа социальных явлений; методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ; навыками анализа конкурентных ситуаций и решения экономических проблем редакции; терминологией, связанной с продвижением торговой марки периодических изданий на рынок навыками самостоятельного освоения новых знаний в сфере управления СМИ.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	17.05.2017 г.	№6
2	Приложение №1		
3	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	14.05.2018г.	№5
4	Приложение №2		
5	Приложение № 3	31.08.2020 г.	№10

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2017 г.)**

**1. Перечень ПО**

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
6	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г.  Web of Science  Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г.  Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД  JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы  Консультант Плюс, Гарант

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2018 г.)**

**1. Перечень ПО**

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
7	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
8	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г.  Web of Science  Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г.  Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД  JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы  Консультант Плюс, Гарант



### 1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

### 2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.  Web of Science  Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.  Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД  JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы  Консультант Плюс, Гарант

### 3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)

1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
6	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
7	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
8	Zoom	Zoom	лицензионное