

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕДИАЭКОНОМИКА

| | |
|-------------------------------|---|
| Составитель | Белолипская Г.С., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций |
| Согласовано с работодателями: | Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс» Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России» |
| Направление подготовки | 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направленность (профиль) ОПОП | |
| Квалификация (степень) | бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Год приема | 2024 |
| Курс | 5 |
| Семестр | 3 |

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины «Медиаэкономика» – формирование у студентов общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний о сути экономических процессов и экономических отношений, представлений об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности;
- формирование умения ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ;
- овладение терминологическим аппаратом для описания финансовой деятельности СМИ и менеджмента медиапредприятий, применять полученные знания в своей работе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Медиаэкономика» относится к обязательной части и реализуется в 5 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Введение в профессию»*

Знания: истоки, сущность и специфику профессии, важнейшие социальные роли медиаспециалиста, профессиограмма, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств, основные принципы культуры умственной деятельности, приемы активизации мыслительных процессов (развития наблюдательности, памяти, мышления), формы и способы учебной деятельности.

Умения: базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе.

Навыки: способами активизации умственных процессов, навыками учебной работы в различных формах (на лекциях, семинарах, в ходе лабораторно-практических занятий и т.п.), изучения литературы, конспектирования, оформления библиографии, подготовки письменных работ.

– *«Проектирование медиапродукта»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

2.1. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных компетенций (УК):

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК)

в) профессиональных компетенций (ПК)

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

| Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) | | |
|-----------------|--|--|--|--|
| | | Знать (1) | Уметь (2) | Владеть (3) |
| УК-9 | УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски | - основные экономические понятия, принципы рыночной и смешанной экономики, роль государства. - основы финансовой грамотности, виды финансовых инструментов, методы оценки рисков. | - анализировать влияние госполитики на экономику, интерпретировать экономические показатели, сравнивать модели госрегулирования. - составлять личный бюджет, выбирать финансовые инструменты, планировать долгосрочные цели. | - работа с экономической статистикой, применение теорий для анализа реальных процессов, критическая оценка экономической информации. - использование финансовых сервисов, анализ кредитных и инвестиционных предложений, диверсификация активов, создание резервного фонда. |
| ОПК-5 | ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сферах журналистики и (или) медиакоммуникаций, и (или) рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. | - систему политических, экономических, правовых и этических факторов, определяющих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях - специфику коммуникационных процессов и механизмы функционирования различных медиакоммуникационных систем (СМИ, реклама, PR, цифровые платформы) | - анализировать влияние внешней среды на функционирование медиасистем и действовать в рамках правового поля и профессиональной этики - планировать и осуществлять профессиональные действия с учетом особенностей конкретной медиасистемы, ее аудитории и бизнес-модели | - навыком анализа медиарынка и применения нормативных знаний для оценки ситуации и принятия решений в профессиональной деятельности - навыком адаптации коммуникационных стратегий и тактик под специфику выбранного медийного канала или системы |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

| Вид учебной и внеучебной работы | для очной формы обучения | для заочной формы |
|---------------------------------|--------------------------|-------------------|
|---------------------------------|--------------------------|-------------------|

| | | |
|---|------------------------|------------------------|
| | | обучения |
| Объем дисциплины в зачетных единицах | 3 | 3 |
| Объем дисциплины в академических часах | 108 | 108 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.): | 37,25 | 9,25 |
| - занятия лекционного типа | 18 | 4 |
| - занятия семинарского типа (семинары, практические) | 18 | 4 |
| - практическая подготовка (если предусмотрена) | | |
| - консультация (предэкзаменационная) | 1 | 1 |
| - промежуточная аттестация по дисциплине | 0,25 | 0,25 |
| Самостоятельная работа обучающихся (час.) | 70,75 | 98,75 |
| Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен) | Экзамен - семестр 5 | Экзамен - семестр 5 |

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

| Раздел, тема дисциплины (модуля) | Контактная работа, час. | | | | | | | СР, час. | Итого часов | Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации |
|--|-------------------------|-----------|----|-----------|----|-----------|---------|----------|-------------|--|
| | Л | | ПЗ | | ЛР | | КР / КП | | | |
| | Л | в т.ч. ПП | ПЗ | в т.ч. ПП | ЛР | в т.ч. ПП | | | | |
| Тема 1. Формирование медиаиндустрии | 2 | | 2 | | | | | 6 | 10 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание |

| | | | | | | | | | | | |
|--|-----------|--|-----------|--|--|--|--|-------------------|------------|------------------------------------|---------|
| Тема 5. Структура рынка СМИ | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание | |
| Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание | |
| Тема 7. Экономика телевидения | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание | |
| Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание | |
| Тема 9. Экономика онлайн-новых СМИ | 2 | | 2 | | | | | 8,7 5 | 12,7 5 | Устный опрос, практическое задание | |
| Консультация | | | | | | | | | | 1 | |
| Контроль промежуточной аттестации | | | | | | | | | | 0,25 | Экзамен |
| ИТОГО за семестр: | 18 | | 18 | | | | | 70, 75 | 108 | | |

для заочной формы обучения

| Раздел, тема дисциплины (модуля) | Контактная работа, час. | | | | | | | СР, час. | Итого часов | Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации |
|--|-------------------------|-----------|----|-----------|----|-----------|---------|-------------|-------------|--|
| | Л | | ПЗ | | ЛР | | КР / КП | | | |
| | Л | в т.ч. ПП | ПЗ | в т.ч. ПП | ЛР | в т.ч. ПП | | | | |
| Тема 1. Формирование медиаиндустрии | 2 | | 2 | | | | | 6 | 10 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ | 2 | | 2 | | | | | 8 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях | | | | | | | | 12 | 12 | Устный опрос, практическое задание |

| | | | | | | | | | | |
|--|----------|--|----------|--|--|--|--|-------------------|------------|------------------------------------|
| | | | | | | | | | | ние |
| Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия | | | | | | | | 12 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 5. Структура рынка СМИ | | | | | | | | 12 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ | | | | | | | | 12 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 7. Экономика телевидения | | | | | | | | 12 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии | | | | | | | | 12 | 12 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 9. Экономика онлайн-овых СМИ | | | | | | | | 12, 75 | 12,7 5 | Устный опрос, практическое задание |
| Консультация | | | | | | | | | 1 | |
| Контроль промежуточной аттестации | | | | | | | | | 0,25 | Экзамен |
| ИТОГО за семестр: | 4 | | 4 | | | | | 98, 75 | 108 | |

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотношения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

| Раздел, тема дисциплины (модуля) | Кол-во часов | Код компетенции | | | Общее количество компетенций |
|--|--------------|-----------------|-------|--|------------------------------|
| | | УК-9 | ОПК-5 | | |
| Тема 1. Формирование медиаиндустрии | 10 | + | + | | 2 |
| Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ | 12 | + | + | | 2 |
| Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях | 12 | + | + | | 2 |
| Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия | 12 | + | + | | 2 |
| Тема 5. Структура рынка СМИ | 12 | + | + | | 2 |
| Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ | 12 | + | + | | 2 |
| Тема 7. Экономика телевидения | 12 | + | + | | 2 |

| | | | | | |
|--|------------|----------|----------|--|----------|
| Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии | 12 | + | + | | 2 |
| Тема 9. Экономика онлайн-СМИ | 12,75 | + | + | | 2 |
| Консультация | 1 | + | + | | |
| Контроль промежуточной аттестации | 0,25 | + | + | | 2 |
| Итого | 108 | + | + | | 2 |

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Формирование медиаиндустрии

Понятие медиаиндустрии. Информация как основа медиаиндустрии.

Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. Институциональная основа индустрии СМИ. Структура рынка информационной продукции и услуг. Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты. Инвестиционные возможности на информационном рынке. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ. Рынок покупателей информации. Регулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. Система государственной поддержки СМИ в России.

Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ

Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта. Создание модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ. Положение об учетной политике на медиапредприятии. Система контроля над исполнением бизнес-плана. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиакомпания. Создание экономико-финансового алгоритма работы предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячного, ежеквартального, полугодового, годового. Система производственных совещаний. Система документооборота. Система рабочих планов сотрудников и отчетов по ним. Система продвижения на рынок. Система диверсификации деятельности медиапредприятия.

Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпании

Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиапредприятия. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание). Подготовка организации к введению процедур регулярного менеджмента: определение центров финансовой ответственности (ЦФО), определение центров бюджетирования (ЦБ), постановка системы бухгалтерского и административного учета, разработка и внедрение документооборота и системы контроля за исполнением решений и поручений. Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности медиакомпания.

Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия

Определение понятия «финансовая политика». Инструментарий финансовой политики: бюджетирование, финансовый анализ, менеджмент привлечения заемных средств, менеджмент размещения временно свободных средств, инвестиционный менеджмент, эмиссия, факторинг, лизинг, страхование и другие инструменты. Особенности финансовой политики медиапредприятия.

Тема 5. Структура рынка СМИ

Современные рыночные стратегии предприятий СМИ, экономическая медиаполитика государств. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Географический рынок СМИ. Конкуренция СМИ на рынке содержания. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени. Конкуренция СМИ на рекламном рынке. Типы рекламы в СМИ. Медиапланирование. Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Издержки в медиаиндустрии. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ. Спрос и предложение в медиаэкономике. Парадокс разнообразия в СМИ. Экономическая медиаполитика государств.

Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ

Газетная индустрия в информационно богатых странах. Основные этапы развития газетной индустрии. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке. Ценовая конкуренция в газетной индустрии. Современные тенденции развития газетного рынка. Экономические особенности журнальной индустрии. Национальные особенности современных рынков прессы.

Тема 7. Экономика телевидения

Модели организации телевизионной индустрии. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии. Технологии распространения телесигнала. Экономические особенности телеиндустрии. Источники доходов в телевизионной индустрии. Стратегии конкурентоспособного программирования. Экономические и организационные особенности телесетей. Производство телепрограмм как сектор индустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран. Финансирование и организация общественного телевидения. Модели общественного вещания в развитых странах.

Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии

Экономические особенности радиоиндустрии. Радио – самое доступное СМИ. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Основные форматы современных коммерческих радиостанций. Экономика кабельной индустрии. Организация кабельной индустрии. Ценовая структура кабельной индустрии.

Тема 9. Экономика онлайн-СМИ

Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ. Конвергенция медиатехнологий, медиарынков и СМИ. Контент-индустрия в структуре экономики СМИ. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ. Журналистика в условиях прогресса ИКТ. Бизнес-модели онлайн-СМИ.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практике

скому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Методические указания предназначены для рационального распределения времени обучающегося по видам самостоятельной работы и разделам, темам дисциплины (модуля). Они составляются на основе сведений о трудоёмкости дисциплины (модуля), её содержании, видах работы по её изучению и т. д. В раздел включаются рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины (модуля) или её отдельных тематических разделов, по организации их аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы: подготовке к учебным занятиям и работе на учебных занятиях, подготовке к различным формам контроля, работе с источниками информации, выполнению практических заданий и т. д. Приводятся вопросы и задания для самостоятельной работы обучающихся, материалы, необходимые для подготовки к учебным занятиям.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка

к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

| <i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i> | <i>Кол-во часов</i> | <i>Формы работы</i> |
|--|---------------------|----------------------------|
| <i>Тема 1. Формирование медиаиндустрии</i> Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши. Исследование рынка потребителей информации. | 6 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ</i> Технология вывода медиапроекта на рынок: поиск и возникновение творческой идеи – создание концепции – создание бизнес-плана – поиск инвестора – регистрация СМИ – регистрация предприятия-издателя – внедрение бизнес-процессов деятельности СМИ – выход на «точку безубыточности» – создание торговой марки – развитие медиапроекта – создание бренда – поддержание и развитие бренда. | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпани</i> Организационно-административные процессы создания нового СМИ | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия</i> Создание и выстраивание системы текущего управления жизнедеятельностью медиапредприятия через систему принятия и исполнения решений. | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 5. Структура рынка СМИ</i> Производственно-технические процессы создания нового СМИ. | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ</i> Создание корпоративной электронной системы управления СМИ. | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 7. Экономика телевидения</i> Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности телекомпании (проекта). | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии</i> | 8 | Подготовка к собеседованию |

| | | |
|--|------|----------------------------|
| Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности радио-компаний (проекта) | | |
| <i>Тема 9. Экономика онлайн-СМИ</i> Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности онлайн-СМИ (проекта) | 8,75 | Подготовка к собеседованию |

для заочной формы обучения

| <i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i> | <i>Кол-во часов</i> | <i>Формы работы</i> |
|--|---------------------|----------------------------|
| <i>Тема 1. Формирование медиаиндустрии</i> Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши. Исследование рынка потребителей информации. | 6 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ</i> Технология вывода медиапроекта на рынок: поиск и возникновение творческой идеи – создание концепции – создание бизнес-плана – поиск инвестора – регистрация СМИ – регистрация предприятия-издателя – внедрение бизнес-процессов деятельности СМИ – выход на «точку безубыточности» – создание торговой марки – развитие медиапроекта – создание бренда – поддержание и развитие бренда. | 8 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях</i> Организационно-административные процессы создания нового СМИ | 12 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия</i> Создание и выстраивание системы текущего управления жизнедеятельностью медиапредприятия через систему принятия и исполнения решений. | 12 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 5. Структура рынка СМИ</i> Производственно-технические процессы создания нового СМИ. | 12 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ</i> Создание корпоративной электронной системы управления СМИ. | 12 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 7. Экономика телевидения</i> | 12 | Подготовка к |

| | | |
|--|-------|----------------------------|
| Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности теле-компаний (проекта). | | собеседованию |
| <i>Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии</i> Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности радио-компаний (проекта) | 12 | Подготовка к собеседованию |
| <i>Тема 9. Экономика онлайн-СМИ</i> Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности онлайн-СМИ (проекта) | 12,75 | Подготовка к собеседованию |

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

| Раздел, тема дисциплины (модуля) | Форма учебного занятия | | |
|----------------------------------|------------------------|----------------------|---------------------|
| | Лекция | Практическое занятия | Лабораторная работа |
| | | | |

| | | | |
|--|-----------------|------------------------------------|------------------|
| Тема 1. Формирование медиаиндустрии | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 5. Структура рынка СМИ | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 7. Экономика телевидения | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |
| Тема 9. Экономика онлайн-новых СМИ | Обзорная лекция | Устный опрос, практическое задание | Не предусмотрено |

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

| Контролируемые разделы дисциплины (модуля) | Код контролируемой компетенции (компетенций) | Наименование оценочного средства |
|---|--|------------------------------------|
| Тема 1. Формирование медиаиндустрии | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 2. Экономические процессы создания нового СМИ | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпании | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 4. Финансовая политика медиапредприятия | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 5. Структура рынка СМИ | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 6. Экономические особенности печатных СМИ | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 7. Экономика телевидения | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 8. Экономика радио- и кабельной индустрии | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |
| Тема 9. Экономика онлайн-СМИ | УК-9; ОПК-5 | Устный опрос, практическое задание |

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|------------------|--|
| 5 «отлично» | демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры |

| | |
|----------------------------|---|
| 4 «хорошо» | демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя |
| 3 «удовлетворительно» | демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов |
| 2 «неудовлетворительно» | демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры |

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|----------------------------|---|
| 5 «отлично» | демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы |
| 4 «хорошо» | демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя |
| 3 «удовлетворительно» | демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов |
| 2 «неудовлетворительно» | не способен правильно выполнить задание |

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Примерные темы практических и контрольных заданий

1. Медиаэкономика рассматривает конкретные медиаиндустрии и медиарынки, поведение производителей и потребителей медиапродуктов. Однако на эти микроэкономические факторы прямым образом оказывают воздействие явления макроэкономического порядка. Это утверждение справедливо для любой отрасли экономики, но вдвойне справедливо оно для индустрии СМИ, которая в силу специфики производимого товара особым образом включена в общественную жизнь. С учетом этих факторов назовите параметры, по которым экономика СМИ отличается от экономики многих других отраслей.

2. Медиаэкономика – экономическая дисциплина, рассматривающая проблемы максимального использования того, чем располагают предприятия СМИ. Она предполагает изучение такого практического использования материальных (зданий, оборудования, финансов) и нематериальных (информации, людей – журналистов, менеджеров, технических профессионалов, обслуживающего персонала) ресурсов, которое ведет к максимальной эффективности медиапредприятия в частности и медиаиндустрии в целом.

3. Проанализируйте масштабы медиаиндустрии и выявите принципы организации медиа-бизнеса на современном этапе.

Темы вопрос для устных опросов и обсуждения

1. Что такое инфраструктура СМИ?
2. Почему информация превращается в настоящее время в экономический ресурс?
3. Назовите теоретиков, заложивших основы теории информационного общества.
4. Дайте определение следующим понятиям: экономике, макроэкономика.
5. Что такое сдвоенный рынок товаров и услуг?
6. Охарактеризуйте рынок товаров СМИ.
7. Какую услугу и кому предоставляют СМИ?
8. Как связаны сдвоенный рынок товаров и услуг и географический рынок?
9. Какие социальные и технологические условия привели к появлению телевидения?
10. Назовите два ключевых типа предприятий, действующих в телеиндустрии.
11. За счет каких средств финансируется коммерческое телевидение?
12. В чем заключаются основы финансирования общественного вещания?
13. Экономическая эффективность медиа.
14. Мониторинг рекламной информации: определение, цели, технологии, проблемы.
15. Российский рынок мониторинга рекламы.
16. Продукт с высокой стоимостью первой копии: к определению понятия.
17. «Двойная роль рекламы» в газетах.
18. Механизмы государственного вмешательства в экономику прессы.
19. Концепция «порочной спирали» в телеиндустрии.
20. Способы снижения затрат на программирование в телеиндустрии.
21. «Таблоидизация» прессы.
22. Стратегия и тактика программной политики телестанций.

Электронная презентация изучаемого материала

Электронная презентация изучаемого материала – результат самостоятельной работы студента, представленной в виде публичного выступления, демонстрирующего уровень проделанной работы, который оценивается по ряду показателей: выбор темы, отбор материала, анализ проблемы, характеристику основных этапов изучения проблемы, формулирование итогов работы и выводов.

Рекомендации к подготовке презентаций по выбранной теме:

1. Презентации подготавливаются индивидуально.
2. Формат презентации по выбору студента (Google-презентации, PowerPoint, лонгрид-Tilda Publishing и др.).
3. Презентация должна по своему содержанию соответствовать выбранной теме и раскрывать ее.
4. Для презентации используется информация из нескольких научных источников (не менее 3-х).
5. Используемые источники должны быть перечислены в конце презентации в последних слайдах.
6. В презентации должны быть представлены текстовые и визуальные слайды;
7. Текст слайдов не должен быть перегружен научной информацией, передавать ее смысл простым доступным языком.
8. В подтверждение текстовой информации должны быть представлены визуальные слайды информационного характера, содержащие фотографии, скриншоты, рисунки, диаграммы, схемы, поясняющие информацию.

9. Неинформативные визуальные слайды использовать не рекомендуется.
1. Не допускается представление чужих авторских презентации, опубликованных в Интернете.
2. Количество слайдов не должно быть менее 10.
3. На первом слайде указывается полное название ВУЗа, тема презентации, ФИО и № группы студента, подготовившего презентацию, ФИО преподавателя проверяющего презентацию, название кафедры, за которой закреплена эта дисциплина.

Вопросы к экзамену

1. Формирование медиаиндустрии.
2. Экономические процессы создания нового СМИ.
3. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях.
4. Финансовая политика медиапредприятия.
5. Рынок товаров СМИ.
6. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
7. Ценовая политика: особенности формирования.
8. Особенность медиаконвергентных рынков. Стратегии бизнес-развития в условиях медиаконвергентного рынка.
9. Основные бизнес-модели в медийном бизнесе.
10. Структура рынка СМИ.
11. Экономическая эффективность медиа
12. Российский рынок мониторинга рекламы
13. Экономические особенности печатных СМИ.
14. «Зонтичная конкуренция» в СМИ
15. Экономика телевидения.
16. Основные принципы ценообразования при размещении рекламы. Общая характеристика. Ценообразование при продаже рекламы за единицу рекламного пространства.
17. Общая характеристика изучения аудитории как одного из основных направлений исследований на медиарынке.
18. Мировой и российский телерекламные рынки.
19. Механизмы государственного вмешательства в экономику прессы
20. Рынок периодической печати. Общая характеристика. Основные бизнес-модели.
21. Ключевые понятия медиаэкономики.
22. Специфика рынка СМИ (как сдвоенного рынка товаров и услуг).
23. Экономика радио- и кабельной индустрии.
24. Медийная реклама как составная часть Интернета.
25. Экономика онлайн-СМИ.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчетность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей

оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

Экзамен (пример)

| № п/п | Контролируемые мероприятия | Количество мероприятий / баллы | Максимальное количество баллов (пример) | Срок представления |
|----------------------|----------------------------|--------------------------------|---|--------------------|
| Основной блок | | | | |
| 1. | Устные ответы | 10/2 | 20 | По расписанию |
| 2. | Практическое задание | 10/2 | 20 | По расписанию |
| Всего | | | 40 | |

| № п/п | Контролируемые мероприятия | Количество мероприятий / баллы | Максимальное количество баллов (пример) | Срок представления |
|----------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|---|--------------------|
| Блок бонусов | | | | |
| 1. | Посещение занятий | | 5 | По расписанию |
| 2. | Своевременное выполнение всех заданий | | 5 | По расписанию |
| Всего | | | 10 | |
| Дополнительный блок | | | | |
| 8. | Экзамен | | 50 | |

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

| Сумма баллов | Оценка по 4-балльной шкале |
|--------------|----------------------------|
| 90–100 | 5 (отлично) |
| 85–89 | 4 (хорошо) |
| 75–84 | |
| 70–74 | |
| 65–69 | 3 (удовлетворительно) |
| 60–64 | |
| Ниже 60 | 2 (неудовлетворительно) |

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература:

1. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html> (ЭБС «Консультант студента»).

2. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2012. - 488 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011856.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература:

1. Иваницкий, В.Л. Бизнес-план редакции: Методические рекомендации по составлению и реализации бизнес-планов редакции. - М., 1999. - 22 с.

2. Иваницкий В.Л., Основы бизнес-моделирования СМИ [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705768.html>

3. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ : доп. Советом по журналистике УМО по классич. унив. образованию в качестве учеб. пособ. для студентов вузов, ... спец. 021400 "Журналистика". - 4-е изд. ; перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 296 с.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответ-

ствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).