

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

Н.М. Байбатырова

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций
(наименование)

Г.С. Белолипская

«4» апреля 2025 г.

«4» апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕДИАЭКОНОМИКА

наименование

Составитель

**Байбатырова Н.М., доцент, кандидат
филологических наук, доцент кафедры
журналистики и медиакommunikаций**

Согласовано с работодателями:

**Нечаев А.Н., генеральный директор АНО
«Издательский дом “Каспий”»**

**Стародубова О.В., заместитель начальника
Управления связи, главный редактор
корпоративного СМИ «Наше время» ООО
«Газпром добыча Астрахань»**

Направление подготовки

42.04.02 «Журналистика»

Направленность (профиль) ОПОП

Международная журналистика

Квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

заочная

Год приема

2025

Курс

2

Семестр

4

Астрахань – 2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ)

1.1. Целями освоения дисциплины «Медиаэкономика» являются формирование у магистрантов общих представлений о современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ, специфических особенностях медиаменеджмента.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний об основах медиаэкономики; знаний в области современных зарубежных медиаконцепций, профессиональных стандартов, лучших образцов практики зарубежных СМИ;
- формирование умения использовать знания в области медиаэкономики в профессиональной деятельности; быть способным на базе этого знания выделить актуальные проблемы медиаисследований в целом и конкретно в области креативных индустрий, уметь использовать соответствующую информацию в исследовательской и практической профессиональной деятельности;
- овладение навыками и методами медийного проектирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина «Медиаэкономика» относится к обязательной части, реализуется в 4 семестре обучения .

Объектом учебной дисциплины выступает медиатекст как лингвистическая единица. Предметом данной учебной дисциплины являются медиадискурсивные особенности языка и стиля СМИ в аспекте текстовых категорий .

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

Из курса бакалавриата по направлению «Журналистика»

– «Основы теории журналистики»

Знания: основные понятия теории журналистики, значение теории для оптимальной организации функционирования СМИ и журналистской деятельности, существующие отечественные и зарубежные теоретические концепции; особенности организации информационного пространства страны и мира; роль СМИ в демократическом обществе как важнейшего социального института, спектр их функций, главные принципы функционирования; смысл и взаимосвязь свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста, важность проблем информационной безопасности общества; базовые характеристики массовой информации; их обусловленность потребностями и интересами аудитории, а также механизмами ее восприятия массовым сознанием.

Умения: опираться на получение теоретического знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы, получения практических знаний и навыков.

Навыки: быть способным на базе положений теории журналистики анализировать современную редакционную практику СМИ.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- «Массмедиа Прикаспийского региона»;
- «Межгосударственные медийные коммуникации»;

- «Трансмедийный сторителлинг».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальных (УК): УК-2, УК-3

б) общепрофессиональных (ОПК): ОПК-5

Таблица 1.
Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Владеть
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость.	особенности актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия .	применять современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия , в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	навыками оценки эффективности применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействии в том числе посредством участия в мероприятиях научно-профессиональной направленности

	УК-2.1. Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость.	современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия	применять современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	навыками применения коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях
	УК-2.2. Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	критерии эффективности применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях	оценивать эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях в том числе посредством участия в мероприятиях научно-профессиональной направленности	навыками профессионального взаимодействия в том числе посредством участия в мероприятиях научно-профессиональной направленности
	УК-2.3. Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами.	основные цели, задачи и сроки выполнения проектов	выполнять проекты в соответствии с установленными целями, сроками и затратами	навыками управления проектами в соответствии с установленными целями, сроками и затратами.

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	выделять и классифицировать этапы и принципы производства медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	производства медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом особенностей конкретных этапов деятельности
	УК-3.2. Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения), индивидуальных особенностей поведения и возможностей членов команды.	критерии востребованности обществом и профессиональной индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов	управлять процессом подготовки востребованных обществом и профессиональной индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов	навыками управления и коррекции процесса подготовки востребованных обществом и профессиональной индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов
	УК-3.3. Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.	критерии успешной командной работы	выполнять поставленные задачи на основе мониторинга командной работы	навыками своевременного реагирования на существенные отклонения в работе команды в процессе выполнения поставленных задач на основе мониторинга.

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем	Выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем	навыками оценки особенностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
	ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области журналистики или медиакоммуникаций либо разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.	стандарты индивидуальных и коллективных профессиональных действий в области журналистики или медиакоммуникаций	анализировать и моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области журналистики или медиакоммуникаций	навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы. .

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся составляет: 2 зачетных единицы (72 часов).

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в академических часах	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	7,25
- занятия лекционного типа, в том числе:	2

Вид учебной и внеучебной работы	для заочной формы обучения
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе: - практическая подготовка (если предусмотрена)	4
	-
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	-
- консультация (предэкзаменационная)	1
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	64.75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	экзамен – 4 семестр

Таблица 2.2

Структура и содержание дисциплины (модуля)
для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Семестр 4.										
Тема 1. Экономическая природа СМИ.	2		-					7	9	Опрос Презентации студентов Практическое задание
Тема 2. Специфика рынка СМИ.	-		2					7	9	опрос
Тема 3. Экономические особенности печатных СМИ.	-		2					7	9	опрос Практическое задание
Тема 4. Экономические особенности электронных СМИ.	-		-					7	7	опрос Контрольное задание
Тема 5. Финансирование медиапредприятия.	-		-					7	7	Опрос Практическое задание
Тема 6. Основы редакционного менеджмента.	-		-					7	7	Опрос Контрольная работа
Тема 7. Управление редакционным коллективом	-		-					7	7	Реферат Презентации студентов
Тема 8. Финансовая политика редакции	-		-					7	7	Опрос

коллективом													
Тема 8. Финансовая политика редакции	7	УК-2	УК-3	ОПК-5	ПК-4								4
Тема 9. Организация деятельности редакции СМИ.	8,75	УК-2	УК-3	ОПК-5	ПК-4								4
Консультации	1												
Промежуточная аттестация	0,25												
Итого	72												4

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Экономическая природа СМИ.

Экономическое составляющее в современных СМИ. Исторические предпосылки для появления в СМИ юридических лиц, бухгалтерского учета, рекламной службы. Масштаб явления. Основные функции и задачи менеджмента в СМИ. Структура дисциплины, основные темы, методы изучения.

Понятия «СМИ» и «медиа». Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта (генерация, агрегация, дистрибуция, консумация). Цепочка создания ценности в медиаиндустрии. Материальные и нематериальные ресурсы в производстве СМИ. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал». СМИ и индустрия свободного времени. СМИ и индустрия развлечений. СМИ и культурная индустрия

Тема 2. Специфика рынка СМИ.

СМИ в экономической системе страны. Открытые и закрытые рынки СМИ. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа. Депрофессионализация СМИ. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ. Конкуренция на рынке СМИ. Эластичность спроса на СМИ. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала. Формы собственности на рынке СМИ. Типы концентрации СМИ. Кластеризация. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель». Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ.

Тема 3. Экономические особенности печатных СМИ.

Печатный сектор на медиарынке. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция. Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет и традиции чтения. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент глянцевого журналов. Сегмент специализированных журналов (B2B, B2C, B2P). Аудитория журналов и традиции чтения. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная реализация. Дистрибуция печатных изданий. Рынок книгоиздания.

Тема 4. Экономические особенности электронных СМИ.

Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения и традиции телесмотрения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Платное кабельное и спутниковое ТВ. Ведущие телекомпании России и

зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио и традиции радиослушания. Технологии радиовещания. Ведущие радиокomпании России и зарубежных стран. Рынок рекординга. Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономика мобильных медиа.

Тема 5. Финансирование медиапредприятия.

Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Медиаметрические организации. Основные показатели медиапланирования. Продакт плейсмент. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиаиндустрии. Государственная поддержка СМИ.

Тема 6. Система ценностей современного российского медиадискурса

Описание современного массмедиа-дискурса. Основные концепты современной медиакультуры. Концепт «толерантность» в дискурсе массмедиа. Социальные доминанты дискурса масс-медиа.

Тема 7. Особенности печатного дискурса: языковая и невербальная составляющие.

Жанровая, тематическая и стилистическая специфика современного печатного дискурса. Автор как важнейшая стилиобразующая категория текстов массовой коммуникации. Коммуникативное взаимодействие автора и адресата. Тематическая доминанта текста. Типы взаимодействия текстов.

Тема 8. Динамика современного радиодискурса. Телевидение как сегмент медиасистемы

Современные информационные технологии и особенности их воздействия на реципиента. Языковые и риторические особенности современного радиийного медиадискурса. Язык ТВ как моделирующая среда в масс-медиадискурсе.

Тема 9. Интернет-коммуникации

Интертекст в дискурсе современных масс-медиа. Персонализация современных масс-медиа. Визуализация современных масс-медиа.

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

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

Учебная работа студентов в рамках дисциплины «Медиаэкономика» предусматривает лекционные занятия, семинары и самостоятельную работу студентов. Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Лекционные занятия нацелены на формирование у студентов целостного представления об основных этапах в различные исторические периоды. Семинарские занятия тематически подчинены логике лекционного курса и нацелены на более глубокое изучение концептуально важных вопросов нового времени. Семинарские занятия предполагают реализацию студентами теоретических знаний исторического курса на практике. Ряд тем выносятся на самостоятельное изучение. В ходе семинарского занятия осуществляются контрольные мероприятия в виде

контрольных работ и тестирований, проектов и т.д. Преподавателю работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- формировать критическое мышление, навыки создания научных работ, практикоориентированных проектов, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- применение методики анализа научных исследований и медиатекстов;
- осуществление эффективного поиска информации;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Медиаэкономика» предполагает: ознакомление с текстами первоисточников и рекомендованной литературой, включая научные работы по предмету, научно-теоретическая и публицистическая литература, аналитические исследования и справочные материалы для последующего обсуждения в рамках групповых дискуссий. Подготовка наиболее актуальных и спорных вопросов для последующего обсуждения в рамках групповых дискуссий, групповых консультаций; сбор дополнительной информации по темам в ходе проведения индивидуальных веб-квизов с целью дальнейшей рассылки (электронная почта) и обсуждения.

Результаты работы обсуждаются на семинарских занятиях. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, научной и справочной литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется как на семинарских занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения, так и с помощью письменной контрольной работы. Самостоятельная работа заключается в более глубоком и разностороннем изучении тем учебной программы по курсу дисциплины и рекомендованной литературы. Также возможны задания в виде поиска необходимой информации на специализированных интернет-ресурсах и других источниках. Самостоятельная работа студентов подразумевает, в том числе и работу под руководством преподавателей (консультации), а также индивидуальную работу студентов в библиотеке.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания. Они являются, как правило, продолжением аудиторных занятий и содействуют овладению практическими навыками по основным разделам дисциплины. Контроль выполненной работы осуществляется на очередном семинарском занятии в форме устного опроса, собеседования, либо выполнения письменной контрольной работы и т.д.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

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

Учебная работа студентов в рамках дисциплины «Медиаэкономика»

предусматривает лекционные занятия, семинары и самостоятельную работу студентов. Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Лекционные занятия нацелены на формирование у студентов целостного представления об основных этапах в различные исторические периоды. Семинарские занятия тематически подчинены логике лекционного курса и нацелены на более глубокое изучение концептуально важных вопросов нового времени. Семинарские занятия предполагают реализацию студентами теоретических знаний исторического курса на практике. Ряд тем выносится на самостоятельное изучение. В ходе семинарского занятия осуществляются контрольные мероприятия в виде контрольных работ и тестирований, проектов и т.д. Преподавателю

работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, дополнительной литературы);
- составление плана текста;
- конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники в целях поиска дополнительной информации по заданной теме (работа с интернет-ресурсами, базами данных, дополнительной литературой) и др.;

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекции (обработка текста);
- составление плана и тезисов ответа;
- составление таблиц для систематизации учебного материала;
- ответы на контрольные вопросы;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент-анализ и др.);
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- составление библиографии.

для формирования умений:

- решение вариативных задач и упражнений;
- выполнение индивидуальных и групповых специальных заданий.

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.

Таблица 4.
Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1.	Экономика и журналистика. Конвергенция как фактор развития медиасистемы. Факторы и концепции медиаэкономики: конкуренция и медиапланирование	7	конспектирование, подготовка сообщения с презентацией
Тема 2.	Рынок современной прессы. Исследование рынка периодических изданий.	7	проведение аналитического исследования предложенного медиатекста
Тема 3.	Рыночные структуры на газетном рынке. Рынок распространителей.	7	конспектирование, аналитическое чтение, подготовка к устному опросу
Тема 4.	Телесети как форма телеиндустрии. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке. Модели общественного вещания в	7	анализ текстов, выявление языковых и невербальных

	рыночной демократии. Источники доходов в телевизионной индустрии		элементов дискурса
Тема 5.	Трансформация системы финансирования СМИ: от тоталитаризма к демократии	7	подготовка к устному опросу, подготовка докладов-презентаций по вопросам семинарского (практического) занятия
Тема 6.	Понятие редакционного менеджмента. Задачи менеджмента.	7	аналитическое чтение, подготовка к дискуссии, эссе.
Тема 7.	Экономические принципы редакционной деятельности	7	конспектирование, аналитическое чтение, подготовка реферата
Тема 8.	Понятие редакционно-издательского маркетинга.	7	подготовка к устному опросу, подготовка практического задания, подготовка сообщения
Тема 9.	.Структура редакционного коллектива. Принципы редакционной деятельности. Функциональные группы редакции. Типы структур редакции. Факторы экономической модели газеты.	8,75	конспектирование, аналитическое чтение, подготовка к дискуссии, подготовка практического задания

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

Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

Тема 1. Экономическая природа СМИ.

Экономическое составляющее в современных СМИ. Исторические предпосылки для появления в СМИ юридических лиц, бухгалтерского учета, рекламной службы. Масштаб явления. Основные функции и задачи менеджмента в СМИ. Структура дисциплины, основные темы, методы изучения.

Понятия «СМИ» и «медиа». Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта (генерация, агрегация, дистрибуция, консумация). Цепочка создания ценности в медиаиндустрии. Материальные и нематериальные ресурсы в производстве СМИ. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал». СМИ и индустрия свободного времени. СМИ и индустрия развлечений. СМИ и культурная индустрия

Тема 2. Специфика рынка СМИ.

СМИ в экономической системе страны. Открытые и закрытые рынки СМИ. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа. Депрофессионализация СМИ. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ. Конкуренция на рынке СМИ. Эластичность спроса на СМИ. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала. Формы собственности на рынке СМИ. Типы концентрации СМИ. Кластеризация. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель». Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ.

Тема 3. Экономические особенности печатных СМИ.

Печатный сектор на медиарынке. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция. Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет и традиции чтения. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент глянцевого журналов. Сегмент специализированных журналов (B2B, B2C, B2P). Аудитория журналов и традиции чтения. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная реализация. Дистрибуция печатных изданий. Рынок книгоиздания.

Тема 4. Экономические особенности электронных СМИ.

Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения и традиции телесмотрения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Платное кабельное и спутниковое ТВ. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио и традиции радиослушания. Технологии радиовещания. Ведущие радиокompании России и зарубежных стран. Рынок рекординга. Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономика мобильных медиа.

Тема 5. Финансирование медиапредприятия.

Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Медиаметрические организации. Основные показатели медиапланирования. Продакт плейсмент. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиаиндустрии. Государственная поддержка СМИ.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Медиаэкономика» представлена в следующих формах:

1) 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.

2) Конспектирование представляет собой один из способов развития способности и потребности к самостоятельному творчеству и планомерной работе над учебниками, учебными пособиями, монографиями, периодической литературой. Конспект – это особый вид вторичного текста, в основе которого лежит аналитико-синтетическая переработка информации, содержащейся в исходном тексте. Конспект дает возможность проверить, насколько студент ориентируется в теме, умеет ли выявлять, систематизировать и обобщать информацию. Добросовестно написанный тематический интегральный конспект в сочетании с немалым объемом знаний позволяет дать ответ на поставленный вопрос-тему.

3) выполнение аналитической работы («Анализ дискурса современных масс-медиа») с составлением медиакарты,

4) подготовка исследовательского проекта по анализу дискурсивного поля современного печатного, радиийного, телевизионного, интернет-дискурса с последующей презентацией в группе.

5) подготовка реферата

Методические указания для самостоятельной работы студентов.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Порядок работы над рефератом.

1. Выбор темы.
2. Подбор и изучение литературы.
4. Составление плана реферата.
5. Изложение основного содержания по плану реферата.
6. Оформление и научно-справочный аппарат.

Общий объем работы – 15-25 страниц печатного текста (с учётом титульного листа, содержания и списка литературы) на бумаге формата А4. В тексте должны композиционно выделяться структурные части работы, отражающие суть исследования: введение, основная часть и заключение, а также заголовки и подзаголовки. Реферат должен быть выполнен на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Интервал межстрочный – полуторный (1,5). Цвет шрифта – черный. Гарнитура шрифта основного текста — Times New Roman. Кегль (размер шрифта) – 14. Размеры полей страницы: верхнее, нижнее, правое и левое — 20 мм. Формат абзаца: полное выравнивание «по ширине». Отступ красной строки одинаковый по всему тексту, рекомендуется 1,25 см. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа, который не обозначается цифрой. В работах могут использоваться цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Все сноски и подстрочные примечания располагаются на той же странице, к которой они относятся, нумерация сносок устанавливается заново на каждой странице. Размер шрифта для названия главы – 16 (полужирный), подзаголовка — 14 (полужирный). Точка в конце заголовка, располагаемого посередине листа, не ставится. Заголовки не подчёркиваются. Оглавление (содержание) должно быть помещено в начале работы, а список литературы в конце реферата.

Темы рефератов:

1. Экономика СМИ развитых и развивающихся стран
2. Современные подходы к изучению медиаэкономики
3. Государственные и коммерческие СМИ
4. Функционирование СМИ в период экономических кризисов

5. Российские медиа в период пандемии и после неё
6. Мировая экономика и функционирование медиа
7. Новые медиа в период экономического кризиса
8. Трансформация медийной системы в современных экономических условиях

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Экономическая природа СМИ.	<i>Обзорная лекция</i>	<i>Фронтальный опрос, выполнение практических заданий, тематические дискуссии</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 2. Специфика рынка СМИ.	<i>Лекция-диалог</i>	<i>Тематические дискуссии, анализ конкретных ситуаций</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 3. Экономические особенности печатных СМИ.	<i>Проблемная лекция</i>	<i>Творческое задание</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 4. Экономические особенности электронных СМИ.	<i>Проблемная лекция</i>	<i>Дискуссия, полемика</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 5. Финансирование медиапредприятия.	<i>Обзорная лекция</i>	<i>Дискуссия, полемика</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 6. Основы редакционного менеджмента.	<i>Лекция-диалог</i>	<i>Дискуссия, полемика</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 7. Управление редакционным коллективом	<i>Интерактивная лекция</i>	<i>Фронтальный опрос, выполнение практических заданий</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 8. Финансовая политика редакции	<i>Обзорная лекция</i>	<i>Творческое задание</i>	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 9. Организация деятельности редакции СМИ.	<i>Лекция-диалог</i>	<i>Фронтальный опрос, выполнение практических заданий</i>	<i>Не предусмотрено</i>

6.2. Информационные технологии

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование информационного сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.))
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации

- использование возможностей электронной почты преподавателя
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.)

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

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
VLC Player	Медиапроигрыватель
Far Manager	Файловый менеджер
Sofa Stats	Программное обеспечение для статистики, анализа и отчетности
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru>.
2. Электронный каталог «Научные журналы АГУ»: <http://journal.asu.edu.ru>.
3. Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО "ИВИС". <http://dlib.eastview.com>. Имя пользователя: AstrGU. Пароль: AstrGU.
4. Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) - сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. <http://mars.arbicon.ru>
5. Электронные версии периодических изданий, размещенные на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
6. Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных

правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. <http://www.consultant.ru>.

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>.

8. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://minobrnauki.gov.ru/>

9. Министерство просвещения Российской Федерации <https://edu.gov.ru>

10. Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) <https://fadm.gov.ru>

11. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) <http://obrnadzor.gov.ru>

12. Сайт государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» <http://zhit-vmeste.ru>

13. Российское движение школьников <https://рдш.рф>

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

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Современный медиадискурс» 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

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Экономическая природа СМИ.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Устный опрос, коллоквиум
2	Тема 2. Специфика рынка СМИ.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Устный опрос по вопросам семинарского занятия.
3	Тема 3. Экономические особенности печатных СМИ.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Портфолио
4	Тема 4. Экономические особенности электронных СМИ.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Деловая игра, творческое задание
5	Тема 5. Финансирование медиапредприятия.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Контрольная работа. Коллоквиум
6	Тема 6. Основы редакционного менеджмента.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Устный опрос. Доклад
7	Тема 7. Управление редакционным коллективом	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Доклад Разноуровневые задания

8	Тема 8. Финансовая политика редакции	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Устный опрос. Деловая игра
9	Тема 9. Организация деятельности редакции СМИ.	УК-2, УК-3, ОПК-5, ПК-4	Презентация доклада-сообщения.

Типы контроля для оценивания результатов обучения

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие типы контроля:

- индивидуальное собеседование,
- устные ответы на вопросы,
- доклады

Индивидуальное собеседование, письменная работа проводятся по разработанным вопросам по отдельному учебному элементу программы (дисциплине).

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие типы контроля:

- практические контрольные задания (далее – ПКЗ), включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах, 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 знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

7.3.1 Материалы и оценочные средства текущего контроля

Семинарское занятие – это средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде ответа студента, собеседования преподавателя с обучающимися по данному вопросу.

Контрольная работа – это средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Контрольная работа выполняется в письменной форме и проходит в течение 2-х академических часов. Группа студентов разделяется на три варианта, каждому из которых предложено ответить на три вопроса (по усмотрению преподавателя), из ранее предложенного перечня вопросов для подготовки к контрольной работе.

Кейс-задание – это метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач ситуаций

Круглый стол – это оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Цель круглого стола – предоставить участникам возможность высказать свою точку зрения на обсуждаемую проблему, а в дальнейшем сформулировать либо общее мнение, либо четко разграничить разные позиции сторон.

Тест – это система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Студенту предлагается перечень тестовых вопросов и бланк, в котором заполняются ответы. На выполнение каждого задания отводится не более 1 минуты. Соответственно суммарное время на выполнение всех работы складывается из количества заданий умноженное на 1 минуту.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

7.3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Практические контрольные задания

1. Провести анализ микро- и макроэкономических показателей любого медиапредприятия (на выбор)
2. Анализ экономической деятельности редакции любого федерального и регионального СМИ (на выбор)

Темы рефератов

1. Специфика бизнес-моделирования: «модель», «бизнес-модель», «бизнес-процесс», другие ключевые термины и понятия.
2. Проблема «интегральной компетенции» в медиапроекте.
3. Технология создания прайс-листа проекта.
4. Креатив в медиапроекте, его значение.
5. Маркетинговая политика современного масс-медиа: основные характеристики.
6. Базовые коммуникации с аудиторией масс-медиа, основные характеристики.
7. Создание продуктовой линейки медиапроекта как основа для моделирования ключевых бизнес-процессов.
8. Бюджет как инструмент управления медиапроектом: основные характеристики.
9. Выбор организационно-правовой формы медиапредприятия: основные факторы предпочтения.
10. Выбор системы бухгалтерского учета: факторы предпочтения.
11. Работа с контентом как бизнес-процесс.
12. Редакционные ноу-хау. Специальные проекты издания: типология, основные характеристики.

Темы контрольных работ

1. Экономическая природа СМИ.
2. Специфика рынка СМИ.
3. Экономические особенности печатных СМИ.
4. Экономические особенности электронных СМИ.
5. Финансирование медиапредприятия.

Перечень вопросов к экзамену по курсу

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»
3. Жизненный цикл медиапродукта
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал»
5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ
6. СМИ как двоянный рынок товаров и услуг
7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления
8. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа
9. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация
10. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала
11. Формы собственности на рынке СМИ
12. Типы концентрации СМИ. Кластеризация
13. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»
14. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ
15. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ
16. Экономические особенности телевизионной индустрии
17. Типы телевизионных каналов
18. Телевизионное программирование
19. Аналоговое и цифровое вещание
20. Экономические особенности индустрии радио
21. Типы радиостанций
22. Программирование радиостанций
23. Экономические особенности газетной индустрии
24. Типы газетных изданий
25. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция

26. Экономические особенности журнальной индустрии
27. Типы журнальных изданий
28. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ
29. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ
30. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств
31. Методы измерения аудитории СМИ

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ПК-4 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере международной журналистики				
1.	Задание закрытого типа	<i>Термин «медиадискурс» пришел в русский язык из ... языка</i> 1) Арабского 2) Французского 3) Чешского	2	1
2.		<i>Особая форма результативности, которая определяется как конкретное участие журналистики в решении социально-экономических, хозяйственных, культурных задач и измеряется совокупностью принятых органами власти решений и проведенных мероприятий по материалам журналистов – это</i> 1. эффективность; 2. пропаганда; 3. действенность; 4. идеология	1; 3	1
3.		<i>В каких из перечисленных случаев можно вести речь о недостаточной принципиальности журналиста?</i> 1. получение взятки; 2. ставить в материале псевдоним; 3. скрытая реклама; 4. получение гонорара; 5. выполнение оплаченных	1,3	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		заданий для информационных служб; 6. работа по заказу		
4.		Особая форма результативности, которая определяется как конкретное участие журналистики в решении социально-экономических, хозяйственных, культурных задач и измеряется совокупностью принятых органами власти решений и проведённых мероприятий по материалам журналистов – это 1. эффективность; 2. действенность; 3. пропаганда; 4. идеология	1,2	1
5.		Перечислите элементы, которые входят в систему журналистских видов деятельности. 1. Пропагандистская деятельность, редакторская деятельность, исследовательская деятельность 2. Рекламная деятельность, редакторская деятельность, писательская деятельность 3. Творческая деятельность, рекламная деятельность, редакторская деятельность	3	1
	Задание открытого типа			
6.		В чем заключается функциональный подход в определении медиадискурса?	В рамках функционального подхода главным критерием определения дискурса является взаимосвязь речеупотребления с различными сферами человеческой деятельности, которые во многом и обуславливают особенности речевой коммуникации.	5-7
7.		Назовите предмет аналитического медиадискурса.	Актуальные общественные явления, события, процессы, ситуации и связанные с ними теоретические и практические проблемы общественного развития. Для АЖ характерно обращение к вопросам выбора	6-8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			эффективных путей развития общества; выяснение причин, условий развития событий и изменения ситуаций, оснований, мотивов, интересов, намерений, действий различных социальных сил; выявление современных противоречий тенденций развития, правильности, обоснованности разнообразных точек зрения, идей.	
8.		<i>Факторы принятия аудиторией аналитического текста</i>	- наличие у аудитории практической необходимости в данной информации. Создать текст, способный удовлетворить все мотивы аудитории, вряд ли возможно, поэтому необходима «ориентация» текста на конкретные мотивы той или иной аудитории. При этом возможно составление прогноза оценки аудиторией адресуемых ей публикаций с точки зрения «нужности» их для нее. - соответствие текста объективной реальности. Одной из причин обращения аудитории к СМИ является потребность в достоверности информации. Отсюда – соответствующие требования к журналисту: усиление поисковой деятельности по выявлению истины. - определенная организация текста.	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			С одной стороны, текст должен отображать познание автором какого-то явления действительности, с другой – как средство общения – отображать коммуникативный акт, речевую деятельность, адресованную автором аудитории. - ориентация на доминантные проблемы аудитории Текст имеет стопроцентную вероятность принятия, если он ориентирован на те потребности, которые хорошо осознаны аудиторией, но длительное время не удовлетворялись. - соотнесенность с «прошлым опытом» аудитории. Понятие «прошлого опыта» включает в себя запас знаний, систему фиксированных установок, стереотипов, норм, ценностных ориентаций; способности, умения, навыки осуществления различных мыслительных операций; стиль мышления. Журналистский текст должен учитывать «прошлый опыт» аудитории, и строиться, основываясь на нем.	
9.		<i>Основные приемы истолкования предмета отображения в журналистике</i>	Некая фиксация знания, цель которой – познакомить читателя с предметом, ввести его в курс настоящего разговора, создать наглядный образ. Описание – база для дальнейших	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			теоретических операций. От описания зависит интерес аудитории к предмету. Два метода построения описания: 1) Группировка данных. Систематизация знаний о предмете по их подобию/различию. Позволяет связать разрозненные факты в единую систему, соответствующую концепции текста. 2) Типологизация. Выявление устойчивых общих свойств предметов. - Объяснение Установление причинно-следственных связей внутри события или между разными событиями. Для этого нужно: 1) выделить некую совокупность фактов и найти то общее, что их связывает; 2) найти исходную точку; 3) восстановить всю цепочку; 4) исходя из логики развития цепочки, предположить ее дальнейшее развитие. - Прогноз Важнейший элемент. Используется в любых аналитических материалах. Несколько методов прогнозирования: - метод экспертных оценок (желательно мнение нескольких независимых экспертов); - сценарный метод (сценарии – публикации, отражающие жизнь какого-то объекта, позволяющие	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			выдвинуть гипотезы прогностического характера); - метод экстраполяции (перенос выводов о какой-то части явления на другую часть, проекция тенденций, присутствующих в прошлом и настоящем, на будущее); - метод аналогии. Из текста должно быть хорошо видно, что прогноз носит вероятностный характер. - Оценка Сопоставление чего-либо с идеалом. Сильно влияет на систему взаимоотношений «автор-аудитория» (один из факторов принятия-непринятия текста). Методы выражения оценки: 1) Избирательная. Акцент делается на одной грани анализируемого явления. Используется в пропагандистских целях, рекламных материалах. 2) Объективно-комплексная. Оцениваются все грани, в конце – вывод автора о преимуществе какой-либо из них. По способу выражения оценка бывает прямой авторской (оценочные слова) и опосредованной (через описание своего действия или действий тех или иных людей). К неприемлемым методам оценки явлений относятся: - Домысел и «передержки»	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			(сознательное искажение оцениваемого явления, приписывание ему несвойственных качеств, следствий; эти методы опираются не на невозможность проверки достоверности, на неосведомленность аудитории); - Апелляция к «личности» (оценивается не событие, а человек, имеющий к нему отношение); - Апелляция к «публике» (автор уклоняется от обоснования утверждений путем «заигрывания» с читателем, лести в его адрес); - Навешивание ярлыков (предмету оценки приписываются те качества, которых у него нет); - Сплетня (использование непроверенных источников информации). - Доказательство Задача доказательства – подтверждение авторских суждений. Состоит из трех элементов: 1) Тезис. Основная идея, которую нужно доказать. Должен быть четким и определенным, не меняться по ходу доказательства, полностью подтверждаться аргументом. 2) Аргумент. То, что подтверждает	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			истинность тезиса. Должен быть наглядным, соответствовать реальности, проверяться практикой, быть самостоятельным независимо от тезиса. Он не должен противоречить другим аргументам в рамках данного доказательства. 3) Демонстрация. Предъявление аргументов, установление их связи с тезисом. Существует две ошибки при работе с доказательством: 1) мнимое следование (отсутствие логической связи между тезисом и аргументом); 2) прыжок доказательства (вывод делается из тех аргументов, из которых он не следует). Для усиления доказательства используются: - привязка доказательства к опыту аудитории; - привязка доказательства к возможности проверки аудиторией; - привязка доказательства к авторитетному мнению или источнику; - прием «перевеса мнений».	
10.		<i>Типы построения аналитического текста</i>	Выделяют следующие типы построения: - Познавательно-ориентированные тексты. В основе восприятия лежит человеческое любопытство. Используется в случае,	5-6

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			если аудитория предельно заинтересована в предмете. В обобщенном виде выглядит как: описание фактов – объяснение – оценка – предписание. Существует несколько методов построения познавательных ориентированных текстов. - как описание отдельного элемента процесса познания (плюсы: четко фиксируются познавательные действия журналиста; минусы: может входить в аналитический текст как фрагмент); - как изложение нескольких взаимосвязанных элементов процесса познания (важно, чтобы все они отражали суть проблемы, каждый из них раскрывал ее, между элементами присутствовала логическая связь); - как изложение завершеного, целостного акта познания (акцент на завершенность, используется, когда интерес представляет не сам процесс познания, а результат; пример – журналистское расследование); - как описание схемы познавательного рассуждения (использование формально-логических методов познания, важно не сводить до уровня научных доказательств.).	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			- Коммуникативно-ориентированные тексты. Для аудитории журналистский текст зачастую служит средством коммуникации. Существует несколько групп коммуникативных потребностей. По направленности выделяют: - Собственно социальные (социальным группам для осуществления социальной деятельности); - Социально-психологические (информационные потребности отдельных людей для выработки адекватной социальной ориентации, профессиональной деятельности).	
11.		<i>Элементы доказательства в журналистике</i>	1) Тезис. Основная идея, которую нужно доказать. Должен быть четким и определенным, не меняться по ходу доказательства, полностью подтверждаться аргументом. 2) Аргумент. То, что подтверждает истинность тезиса. Должен быть наглядным, соответствовать реальности, проверяться практикой, быть самостоятельным независимо от тезиса. Он не должен противоречить другим аргументам в рамках данного доказательства. 3) Демонстрация.	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			Предъявление аргументов, установление их связи с тезисом. Существует две ошибки при работе с доказательством: 1) мнимое следование (отсутствие логической связи между тезисом и аргументом); 2) прыжок доказательства (вывод делается из тех аргументов, из которых он не следует). Для усиления доказательства используются: - привязка доказательства к опыту аудитории; - привязка доказательства к возможности проверки аудиторией; - привязка доказательства к авторитетному мнению или источнику; - прием «перевеса мнений».	

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

В ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева» действует балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов (БАРС). Успешность изучения каждого учебного курса в течение семестра оценивается, исходя из 100 максимальных возможных баллов. По дисциплине, итоговой формой отчетности для которой является экзамен, балльная оценка распределяется на две составляющие: семестровую (текущий контроль по учебной дисциплине в течение семестра) – 50 баллов, и экзаменационную – 50 баллов. В итоге суммарный рейтинговый балл освоения учебного курса за семестр на экзамене переводится в 4-балльную оценку, которая считается итоговой по учебному курсу в течение семестра и заносится в зачетную книжку студента. За преподавателем остается право установить критерии оценки за посещаемость и активность работы студента на занятиях. Общая сумма поощрительных баллов за данные мероприятия не может составлять более 10 баллов. Кроме этого для поддержания учебной дисциплины предусмотрена система штрафов студентов. До начала занятий по учебному курсу преподаватель составляет технологическую карту, в которой отражается порядок начисления баллов за контрольные мероприятия, бонусы и штрафы. Технологическая карта доводится до сведения каждого студента на первом занятии.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых

баллов по дисциплине (модулю)				
№ и/и	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/ баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях:			
1.1	полный ответ по вопросу	3 балла	6	по расписанию
1.2	Участие в «круглом столе»	1 балл	1	по расписанию
2.	Тест по темам	0,1 балл за каждый правильный ответ, всего максимально 2 балла	6	по расписанию
3.	Контрольная работа по темам	6 баллов	18	по расписанию
4.	Кейс-задание	1 балл	1	по расписанию
5.	Контроль эссе	5 баллов	5	по расписанию
6.	Контроль реферата	3 балла	3	по расписанию
Всего			40	
Блок бонусов				
7.	Отсутствие пропусков лекции (посетил все лекции)		+ 3	по расписанию
8.	Отсутствие пропусков практических занятий (посетил все занятия)		+ 3	по расписанию
9.	Активная работа студента на занятии, существенный вклад студента на занятии		+ 4	по расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
10.	Экзамен	В соответствии с установленными кафедрой критериями	50	по расписанию
Всего			50	
Итого:			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Баллы
Опоздание на занятие	-2
Не готов к практической части занятия	-3
Нарушение учебной дисциплины	-2
Пропуски занятия без уважительной причины	-2

Нарушение правил техники безопасности	-1
---------------------------------------	----

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

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

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки за работу в семестре;
- оценки итоговых знаний в ходе зачёта.

Итоговая оценка складывается из следующих составляющих:

- посещаемость (10%)
- участие в обсуждениях (10%)
- выполнение практических заданий (60%)
- устные ответы на семинарах (20 %)

Бонусы:

Высокая продуктивная активность на семинаре /практ. занятии дает возможность прибавлять к итоговой оценке от 3 до 5 баллов.

Система штрафов

1. Отсутствие на 1 лекции без уважительных причин - минус 2 балла.
2. Отсутствие на 1 практическом занятии без уважительных причин – минус 2 балла
3. Несвоевременная (до очередного итогового занятия) отработка студентом практического занятия – минус три балла.

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

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

а) *Основная литература:*

1.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. - ISBN 978-5-7567-0545-4 : УЧ-9; ЧЗ-1

б) *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. - ISBN 978-5-7567-0576-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705768.html>

3. Киверин В.И. Экономика редакции газеты: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002.

4. Кулев В.С. Методические материалы и учебные задания к курсу «Основы экономики СМИ». – М., 2001.

5. Бороноева Т.А. Современный рекламный менеджмент. – М.: Аспект Пресс, 2003.

6. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию: учеб. пособ. – М.: Аспект Пресс, 2004.

7. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: учеб. пособ. / отв. ред. Е.Л. Вартанова; науч. ред. Н.В. Ткачева. – 2-е изд.; перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013.

в) *Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля):*

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

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для материально-технического обеспечения дисциплины "Медиаэкономика" используются научная библиотека, компьютерные классы, оборудованные аппаратурой для демонстрации презентаций и видеоматериалов.

Мультимедийное оборудование. На аудиторных занятиях (лекциях) СИТ используются для организованного представления преподавателями и обучающимися материала в формате презентаций PowerPoint, работы по формированию и развитию навыков работы с документами и программами, имеющими прикладное значение. Лекции обеспечены слайдами и видеоматериалами. Имеются классные доски, наглядные пособия (стенды, макеты, плакаты и т.п.).

Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional; Агент администрирования Kaspersky; Kaspersky Endpoint Security; Imagine Premium; Microsoft Office 2013; Microsoft Office Visio 2013; Microsoft Office Project 2013; Гарант.

Интернет-ресурсы: Для доступа в Интернет используются два выделенных оптоволоконных канала пропускной способностью по 100 Мбит/с. Проведение аттестации и самостоятельной аттестации возможно на базе ресурса «Электронное образование» Астраханского государственного университета (<http://moodle.asu.edu.ru/>), где обучающиеся получают и решают контрольные (тестовые) задания с компьютера, имеющего выход в Интернет. Работа с электронными учебниками, электронными заданиями и тестами, находящимися на сервере кафедры, доступна из компьютерных классов вуза.

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. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; 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 соответствующие 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).

Автор: Байбатырова Н.М.

Программа одобрена на заседании Ученого совета факультета филологии и журналистики

от 4.04.2025 г. протокол № 8.