АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Экономика СМИ

Автор:
Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций Поляков М.Л.

Код и наименование направления подготовки, профиля:
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
«Филология и перевод» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность создавать трансмедийный контент, анализировать, верифицировать и представлять информацию в виде текста для разных типов медиа

План курса:

Тема 1. Определение экономики масс-медиа

Общие принципы рыночного функционирования СМИ в России и в мире: участники, ключевые показатели работы, производство, потребление, распространение.

Тема 2. Структура медиа рынка России и в мире

Модели рыночного существования СМИ концепции, идеи, авторы. Понятие «формат». Государственные и частные СМИ. Примеры удачных форматов. Система взаимоотношений: собственники/редакция. Конфликт интересов.

Тема 3. Традиционные медиа: пресса, телевидение, радио

Основные игроки, принципы программирования, производство, доставка сигнала, телеизмерения. Массовая пресса и пресса влияния. Издательские модели и форматы. Лидеры рынка. Измерения аудитории.

Тема 4. Экономическая модель новых медиа и инновации в медийном бизнесе.

Типы новых медиа, их экономика. Конвергенция, мульти-платформенные решения. Изменение дистрибуции контента. Примеры медиа нового типа.

Тема 5. Операционное управление медиакомпанией

Структура компании, иерархия или ее отсутствие. Взаимоотношения журналистов, менеджеров и акционеров СМИ. Внутреннее устройство СМИ. Редакционные интересы и бизнес-задачи. Структура. Конфликты и компромиссные решения.

Тема 6. Бизнес-план и финансовое планирование

Поиск ниши. Идеология проекта. Структура расходов, описание. Медийный Start-up. Создание компании, продвижение, продажи. Финансовый результат. Юридические основы работы СМИ.

Тема 7. Первые лица

Наиболее яркие владельцы СМИ и медиа-менеджеры. Истории успеха и падений. Карта СМИ России.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA -14.2	на уровне знаний: экономических регуляторов медийного рынка
	на уровне умений: определять цели, задачи, необходимые ресурсы для разработки медийного проекта; умения составления бизнес-плана СМИ как предприятия; проведения анализа сегментов медиарынка
	на уровне навыков: управления медийным проектом как бизнесом; расчёта экономической модели СМИ.

В ходе реализации используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

Занятия лекционного типа по данной дисциплине не предусмотрены

– при проведении занятий семинарского типа:

Контроль посещаемости, опрос, разбор кейсов, диспут, творческая работа

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

творческая работа, опрос.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (*опросы, практические и контрольные задания, прочее*) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

− учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

− степень усвоения теоретических знаний;

− уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

− результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по выполнениям практических и контрольных заданий, прохождении опросов и тестирований.

Промежуточная аттестация:

Устный зачет, состоящий из ответов на вопросы.

Основная литература:

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания
1.	Doyle G	Understanding Media	SAGE Publications	2013
2.	Lotz A. D., Timothy Havens	Understanding Media Industries	Oxford University Press	2011
3.	Портер М.	«Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов»		2011