

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 МАРКЕТИНГ В МЕДИА-ИНДУСТРИИ

Автор: Любецкий В.В., к.и.н., доц.

Код и наименование направления подготовки, направленности (профиля): 38.04.01 Экономика, профиль «Экономика медиа-индустрии и сферы развлечений»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Цель освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.05 Маркетинг в медиа-индустрии имеет своей целью способствовать формированию у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистров 38.04.01 «Экономика» с учетом специфики направленности программы – «Экономика медиа-индустрии и сферы развлечений».

Задачами освоения учебной дисциплины «Маркетинг в медиа-индустрии» являются:

- формирование у обучаемых способности анализировать и оценивать в области экономической и производственной политики с целью принятия решений на микро- и макроуровне.
- формирование у обучаемых способности готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики предприятия;
- формирование у обучаемых способности принимать стратегические решения на микро- и макроуровне.
- формирование у обучаемых способности составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия;
- формирование у обучаемых способности составлять прогноз основных социально-экономических показателей отрасли, региона и экономики в целом.
- формирование у магистров способности анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях

Код и этапы освоения компетенции:

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне»;

ПК-8.2.3 «Способность принимать стратегические решения на микро- и макроуровне»;

ПК-10 «Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики»;

ПК-10.3.1 «Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия»;

ДПК-3 «Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях»;

ДПК-3.3.2 «Способность анализировать финансовую отчетность с целью определения конкурентных форм ведения бизнеса на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений».

План курса:

Тема 1. Динамика развития медиаиндустрии в мультимедийной конкурентной среде. Комплексный анализ медиарынка. Ключевые элементы медиабизнеса

Тема 2. Маркетинг в системе управления медиакомпаниями.

Тема 3. Системный анализ внешней и внутренней среды медиакомпаний, отрасли и конкурентной ситуации. Маркетинговые исследования в медиаиндустрии

Тема 4. Методы разработки стратегий медиакомпаний в конкурентной ситуации. Виды конкурентного преимущества в медиаиндустрии.

Тема 5. Борьба за аудиторию в условиях фрагментированного рынка. Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке.

Тема 6. Стратегии максимизации прибыли медиакомпаний: оптимизация и трансформация бизнес-моделей медиапредприятий в эру мультимедийности и цифровых технологий.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы и методы текущего контроля успеваемости: опрос и тестирование по темам курса, решение задач и выполнение практико-ориентированных заданий.

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

Планируемые результаты обучения:

Знание:

- общих законов управления, которые влияют на принятие управленческих решений и условий правильного их использование в конкретных ситуациях разработки и реализации стратегий развития бизнеса;
- теоретические основы и методологию разработки и принятия организационно- управленческих решений при разработке, внедрении и реализации стратегий развития бизнеса на микро- и макроуровне;
- основных концепций и методологических положений современной корпоративной финансовой аналитики;
- понятийного аппарата в области бухгалтерской отчетности и современной финансовой аналитики;
- форм организации бизнеса на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;
- методики оценки конкурентоспособности предприятия на современном медиа-рынке и рынке индустрии развлечений.

Умение:

- эффективно осуществлять процесс принятия организационно- управленческих решений при разработке, внедрении и реализации стратегий развития бизнеса;
- использовать адекватные бизнес-среде технологии принятия организационно-управленческих решений на микро- и макроуровне;
- формировать систему ключевых финансовых показателей для обоснования конкурентной рыночной позиции компании в рамках учетной и финансовой моделей компании;

- выявлять особенности современной финансовой аналитики, дистанцирующейся от анализа финансовой отчетности фирмы;
- анализировать финансовую отчетность предприятия с целью определения конкурентных форм ведения бизнеса на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений;
- определять наиболее эффективные формы ведения бизнеса на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений для конкретного предприятия.

Владение:

- навыками принятия обоснованных организационно- управленческих решений в области разработки и реализации стратегий развития бизнеса на микроуровне;
- навыками принятия обоснованных организационно- управленческих решений в области разработки и реализации стратегий развития бизнеса на макроуровне;
- распознавания финансовых проблем компании по традиционным показателям из отчетности и по новым аналитическим метрикам;
- обоснования алгоритмов практической реализации финансовой и инвестиционной политики корпорации;
- навыками анализа показателей и результатов деятельности предприятия на микро, макро и мезо уровнях с целью определения конкурентных форм ведения бизнеса на медиа-рынке и рынке индустрии развлечений.

Основная литература:

1. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 440 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35291.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ А.М. Годин— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60435.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Нуралиев С.У. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 362 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60436.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ О.Ю. Патласов— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 384 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60440.html>.— ЭБС «IPRbooks»