

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра управления информационными процессами

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры управления информационными
процессами

Протокол от «08» сентября 2016 г.

№2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.14 Экономика и менеджмент в СМИ

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

ЭиМ СМИ

(краткое наименование дисциплины (модуля))

направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код, наименование направления подготовки)

Деловая журналистика

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форм(ы) обучения)

Год набора – 2016

Москва, 2016 г.

Автор–составитель:

К.э.н., доцент кафедры
общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС Г.А. Савченко

Заведующий кафедрой:

Заведующий кафедрой управления информационными процессами, доктор политических наук, профессор Силкин В.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	18
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	21
6.1. Основная литература.....	21
6.2. Дополнительная литература.....	21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	21
6.4. Нормативные правовые документы.....	22
6.5. Интернет-ресурсы.....	23
6.6. Иные источники.....	23
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	23

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.Б.14 «Экономика и менеджмент СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-2	способностью разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	2.3.	Способность определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.
УК ОС-9	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	9.3	Способен делать прогнозы и применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ.
ОПК-11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	11.3	Способен проанализировать структуру и специфику информационного рынка, применять основы редакционно-издательского маркетинга и медиаменеджмента, оценивать эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей, применять навыки составления эффективных медиапланов, бизнес-планов, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего анализа бухгалтерской отчётности.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые	Код этапа освоения	Результаты обучения
---	--------------------	---------------------

или профессиональные действия	компетенции	
сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации;	2.3.	на уровне знаний: риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов. на уровне умений: определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов.. на уровне навыков: оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.
работа над содержанием публикаций СМИ;	9.3	на уровне знаний: экономические методы повышения эффективности деятельности СМИ. на уровне умений: прогнозировать и применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ. на уровне навыков: применять экономические методы в управлении и повышении эффективности деятельности СМИ.
подготовка и проведение выпуска программы	11.3	на уровне знаний: структуру и специфику информационного рынка, основы редакционно-издательского маркетинга и медиаменеджмента. на уровне умений: анализировать структуру и специфику информационного рынка.. на уровне навыков: применять основы редакционно-издательского маркетинга и медиаменеджмента, оценивать эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей, составлять медиапланы, бизнес-планы, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего анализа бухгалтерской отчётности.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Всего на контактную работу с преподавателем выделено 32 часа: 16 часов – лекции; 16 часов – практические занятия. На самостоятельную работу обучающихся выделено 40 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.Б.14 «Экономика и менеджмент СМИ» предусмотрена на 3 курсе, в 6-м семестре и относится к дисциплинам Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина Б1.Б.14 «Экономика и менеджмент СМИ» реализуется после изучения дисциплин: Б1.Б.13 «Экономика», Б1.Б.39 «История экономических учений», Б1.Б.8 «Социология» и Б1. Б.9 «Социология СМИ».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении курса Б1.Б.24 «Система СМИ».

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Всего	Объем дисциплины (модуля), час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ	9	2		2		5	О
Тема 2	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	9	2		2		5	О,3
Тема 3	Организационная структура редакции и ее эффективность	9	2		2		5	О
Тема 4	Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.	9	2		2		5	О,3
Тема 5	Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.	9	2		2		5	О,3
Тема 6	Менеджмент в редакции.	9	2		2		5	О,3
Тема 7	Элементы логистики в работе СМИ.	9	2		2		5	О,3
Тема 8	Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.	9	2		2		5	О,3
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	16		16		40	

Содержание дисциплины

Тема 1. Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.

Понятие экономики, менеджмента, маркетинга в средствах массовой информации.

Командно-административная (плановая) и рыночная экономика, командная и обслуживающие модели СМИ. Экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка масс-медиа. Редакция СМИ как предприятие (компания). Формы предприятий, их регистрация и ликвидация. Диверсификация на рынке СМИ. Слияния компаний.

¹ Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), реферат (Р), дискуссия (Д).

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия. Необходимость бизнес-планирования.

Планирование как часть управления бизнесом. Бизнес-план редакции, его свойства и типология. Виды бизнес-планов. Структура бизнес-плана.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

Организация и признаки ее эффективности. Организационная структура редакции, иерархия управления и штатное расписание. Роль главного редактора, коммерческого директора и главного бухгалтера в регулярном менеджменте. Центры финансовой ответственности.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ.

Анализ рынка. Продукция СМИ как товар и изучение ее потребителей. Целевой рынок, его поиск и оценка. Конкуренция. Конкурентная ситуация на рынке СМИ России и Западной Европы.

Понятие медийной стратегической предпринимательской единицы. Стратегия маркетинга в редакции. План продаж. Стратегия товарных линий. Особенности маркетинга электронных СМИ.

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

Понятие цены. Проблема и методы ценообразования. Ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Методы стимулирования продаж. Маркетинговый и рекламный бюджеты. Влияние монопольных структур (полиграфия, почта, система распространения) на цены изданий. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

Тема 6. Менеджмент в редакции.

Понятие менеджмента в СМИ, его функции. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации. Научные основы теории управления. Работа с персоналом и регулярный менеджмент. Человеческий фактор. Задачи управления и разделение управленческого труда. Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, оценка и развитие). Самомаркетинг журналиста.

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

Логистика как алгоритм организации производственного процесса. Непрерывность процесса. Построение единого алгоритма работы редакции как компании. Внутренние нормы, должностные инструкции, разделение функций. Производственные совещания (планерки) как инструмент текущего управления. Планирование рабочего дня.

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

Стратегическое планирование, оценка риска, сценарии долгосрочного развития. Элементы антикризисного управления, профилактика кризисов и стратегия выхода из них. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.). Нормы профессиональной и корпоративной этики. Взаимоотношения внутри предприятия. Стилль руководства.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.Б.14 «Экономика и менеджмент СМИ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ	устный опрос, дискуссия с группой
Тема 2	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	устный опрос, дискуссия с группой, задание
Тема 3	Организационная структура редакции и ее эффективность	устный опрос, дискуссия с группой, задание
Тема 4	Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.	устный опрос, дискуссия с группой, задание
Тема 5	Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.	устный опрос, дискуссия с группой, задание
Тема 6	Менеджмент в редакции.	устный опрос, дискуссия с группой, задание
Тема 7	Элементы логистики в работе СМИ.	устный опрос, дискуссия с группой, задание
Тема 8	Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.	устный опрос, дискуссия с группой, задание

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):
в устной форме по вопросам, задание.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам (дискуссиям),
- участие в обсуждении докладов.
- выполнение задания.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, выполнение домашних заданий, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы для подготовки к опросам:

Тема 1. Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.

1. Раскройте сущность и содержание понятий: экономика, менеджмент, маркетинг в средствах массовой информации.

2. Выделите особенности командно-административной (плановой) и рыночной экономики, командной и обслуживающей модели СМИ.
3. Каковы экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка и развития масс-медиа?
4. Представьте развернутую характеристику редакции СМИ как предприятия (организации).
5. Выделите формы предприятий, особенности их регистрации и ликвидации.
6. Какова роль диверсификации на рынке СМИ?

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия. Необходимость бизнес-планирования.

1. В чем сущность планирования как части управления бизнесом?
2. Раскройте сущность, свойства и типологические основания бизнес-плана редакции.
3. Охарактеризуйте структуру бизнес-плана.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

1. В чем сущность понятия организация, каковы виды организации и признаки ее эффективности?
2. Раскройте организационную структуру редакции, выделите принципы и элементы.
3. Какова роль главного редактора, коммерческого директора и главного бухгалтера в регулярном менеджменте?
4. Охарактеризуйте центры финансовой ответственности.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ.

1. Каковы основные методы анализа рынка?
2. В чем особенности продукции СМИ как товара, каковы методы изучения ее потребителей?
3. Раскройте сущность и содержание целевого рынка, методы его поиска и оценки.
4. В чем сущность и принципы разработки стратегии маркетинга в редакции?
5. Каким образом формируется план продаж?
6. В чем заключаются особенности маркетинга электронных СМИ?

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

1. Назовите основные проблемы и методы ценообразования.
2. Каким образом формируется ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек)?
3. Каковы основные методы стимулирования продаж?
4. Какие основные принципы и этапы формирования маркетингового и рекламного бюджетов?
5. Каково влияние монопольных структур (полиграфия, почта, система распространения) на цены изданий?

Тема 6. Менеджмент в редакции.

1. Раскройте содержание менеджмента в СМИ, его функции.
2. Перечислите основные школы и подходы теории управления.
3. В чем состоит работа с персоналом в системе менеджмента?
4. Каковы основные подходы и этапы в формировании кадровой стратегии редакции?
5. В чем заключается смысл самомаркетинга журналиста?

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

1. Раскройте сущность логистики как алгоритма организации производственного процесса.
2. В чем сущность непрерывности данного процесса?
3. Каковы принципы построения единого алгоритма работы редакции как компании?

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

1. Раскройте содержание следующих понятий: стратегическое планирование, оценка риска, сценарии долгосрочного развития.
2. Каковы элементы антикризисного управления, профилактика кризисов и стратегия выхода из них?
3. Раскройте содержание системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.)?
4. Какова роль норм профессиональной и корпоративной этики?
5. В чем сущность внутренних коммуникаций в контексте организационной эффективности?
6. Какова роль стиля руководства в организации деятельности компании?

Перечень тем для дискуссии

Тема 1. Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.

1. Историческая ретроспектива экономики СМИ.
2. Возможности становления и развития медиа-рынка в рамках российской экономической модели.
3. Экономические условия для СМИ разных форм собственности. Национализация и приватизация СМИ: опыт Восточной и Центральной Европы.
4. Перспективы создания и развития объединений на рынке масс-медиа.

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия. Необходимость бизнес-планирования.

1. Материальное обеспечение производства печатных и электронных СМИ.
2. Основные и оборотные средства.
3. Рынок бумаги и типографских услуг.
4. Источники финансирования редакционной деятельности и производства (внутренние и внешние; кредиты, инвестиции, государственные дотации, гранты, собственные прибыли).
5. Собственные средства: прибыль от распространения тиража (подписка и розничная продажа), прибыль от рекламы и диверсифицированной коммерческой деятельности редакции.
6. Финансовая устойчивость как реальная основа свободы прессы.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

1. Эффективность экономической системы и рыночная модель предприятия.
2. Показатели.
3. Индикаторы.
4. Методы измерения.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

1. Организационная структура: виды, сильные и слабые стороны.
2. Организационная структура и организационная эффективность.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ.

1. Сравнительная оценка конкурентов.
2. Сегментирование рынка.

3. Препятствия на пути к успеху предприятия на целевом рынке.
4. Позиционирование в сегменте рынка.
5. «Торговая марка», «бренд» и его продвижение на рынке.
6. Маркетинговые коммуникации на медиа-рынке.
7. Инновации в медиабизнесе.

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

1. Планирование производства продукции СМИ.
2. График производства и расчет достижения безубыточности.
3. Критический объем производства.
4. Себестоимость и стандарты единицы продукции.
5. Структура расходов (затраты, издержки).
6. Операционная политика: контроль товарного запаса, закупки, распространение, финансовый контроль.
7. Страхование, юридические аспекты, безопасность и охрана труда в редакции.

Тема 6. Менеджмент в редакции.

1. Понятие менеджмента в СМИ, его функции.
2. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации. Научные основы теории управления.
3. Работа с персоналом и регулярный менеджмент.
4. Человеческий фактор. Задачи управления и разделение управленческого труда.
5. Кадровая стратегия редакции

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

1. Логистика как алгоритм организации производственного процесса.
2. Непрерывность процесса.
3. Построение единого алгоритма работы редакции как компании.
4. Внутренние нормы, должностные инструкции, разделение функций.

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

1. Стратегическое планирование, оценка риска, сценарии долгосрочного развития.
2. Элементы антикризисного управления, профилактика кризисов и стратегия выхода из них.
3. Нормы профессиональной и корпоративной этики.
4. Взаимоотношения внутри предприятия. Стиль руководства.

Примеры типовых заданий:

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия.

Задание 1. На основе описания определите факторы, влияющие на финансовую устойчивость СМИ.

Задание 2. На основе анализа ситуации выделите ошибки в разработке бизнес-плана.

Задание 3. На основе исходных данных разработайте бизнес-план.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

Задание 1. На основе анализа описания организации определите тип и начертите схему данной структуры. На сколько эффективно действует эта система? Ответ обоснуйте. Перечислите достоинства и недостатки этой организационной структуры.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.

Задание 1. На основе анализа ситуации представьте характеристики целевого рынка СМИ.

Задание 2. Разработайте на основе исходных данных план маркетинговых коммуникации.

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

Задание 1. На основе анализа ситуации определите точку безубыточности.

Тема 6. Менеджмент в редакции.

Задание 1. На основе анализа ситуации выделите поле проблем, оцените принятые управленческие решения с точки зрения «затраты-результаты».

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

Задание 1. На основе анализа ситуации определите проблемы в логистике деятельности СМИ. Сформируйте проектные предложения по оптимизации данного процесса.

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

Задание 1. На основе исходных данных разработайте предложения по стратегии развития СМИ.

Примерные варианты тестовых заданий по дисциплине

1. Экономика СМИ - это:

- 1) наука о выпуске печатных СМИ;
- 2) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
- 3) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность СМИ.

2. Учредитель СМИ— это:

- 1) физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому- либо СМИ;
- 2) учреждение, спонсирующее СМИ;
- 3) управляющий в редакции СМИ.

3. Принцип маркетинга:

- 1) сегментация;
- 2) реализация;
- 3) актуальность;
- 4) редактирование;
- 5) доступность;
- 6) модернизация;
- 7) монополизация.

4. Цели редакционно-издательского маркетинга:

- 1) удовлетворение информационных потребностей аудитории издания;
- 2) реализация законодательно установленных требований;
- 3) обеспечение устойчивости и продвижение на рынке;
- 4) повышение уровня сплоченности коллектива.

5. К задачам финансового менеджмента не относятся:

- 1) финансовое и бизнес-планирование;

- 2) инвестиционное планирование;
- 3) *мотивирующее руководство*;
- 4) разработка учетных политик бухгалтерского, налогового и управленческого учета;
- 5) координация бюджетного планирования и контроля;
- 6) управление денежными средствами и оборотным капиталом;
- 7) управление финансовыми рисками;
- 8) *управление персоналом*;
- 9) управление затратами и прибылью;
- 10) обеспечение финансовыми ресурсами;
- 11) финансовое прогнозирование;
- 12) *оценка сотрудников*;
- 13) налоговое планирование и учет;
- 14) контроллинг.

6. Линия поведения организации, выбранная для достижения желаемого результата в долгосрочной перспективе — это:

- 1) Организация
- 2) *Стратегия*
- 3) Тактика
- 4) Практика управления

7. Деятельность, выполняемая на постоянной основе и связанная с преобразованием ресурсов на входе в некоторый результат (выход), имеющий ценность для потребителя называется:

- 1) Стратегией
- 2) *Бизнес-процессом*
- 3) Проектом
- 4) Планом

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-2	способностью разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	2.3.	Способность определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.

УК ОС-9	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	9.3	Способен делать прогнозы и применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ.
ОПК-11	способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	11.3	Способен проанализировать структуру и специфику информационного рынка, применять основы редакционно-издательского маркетинга и медиаменеджмента, оценивать эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей, применять навыки составления эффективных медиапланов, бизнес-планов, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего анализа бухгалтерской отчётности.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
2.3.	Способность определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и ресурсов. Определены все возможные разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.	<p>Определено оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов. Определены все возможные ограничения, существующие в рамках реализации проекта. Оформлено ресурсное обеспечение проекта, риски и существующие ограничения.</p> <p>Нахождение определенного количества оптимальных способов решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта с учетом возможных рисков и ограничений</p> <p>Прогнозы о развитии событий, исходя из использованных способов для решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта</p>
9.3	Способен делать прогнозы и применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ.	<p>Делает количественные и качественные выводы относительно изменения экономических показателей деятельности СМИ.</p> <p>Адекватно определяет инструменты экономического регулирования, направления их изменений, необходимые для повышения эффективности деятельности СМИ.</p>
11.3	Способен проанализировать структуру и специфику информационного рынка, применять основы редакционно-издательского маркетинга и медиаменеджмента, оценивать	<p>Детально раскрывается структура и специфика информационного рынка.</p> <p>Обосновано применяются знания основ редакционно-издательского маркетинга и медиаменеджмента.</p>

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей, применять навыки составления эффективных медиапланов, бизнес-планов, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего анализа бухгалтерской отчётности.	Адекватно подбираются методы и инструменты оценки эффективности деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей. Успешно и без ошибок разработаны бизнес-план и медиаплан, обоснованы системы и методы расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, проведен анализ бухгалтерской отчётности.

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету:

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
3. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
4. Основания и оборотные фонды предприятия – редакции СМИ.
5. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
6. Бизнес-план редакции, его свойства и типология.
7. Организационная структура редакции и штатное расписание.
8. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
9. Бизнес-план редакции, его структура.
10. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга.
1. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
11. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
12. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
13. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
14. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
15. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
16. Методы стимулирования продаж – маркетинговые коммуникации.
17. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
18. Затратный и иные методы ценообразования.
19. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
20. Маркетинговый и рекламный бюджет. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
21. План производства и реализации. График производства, объем товарной продукции, реализация, производственные мощности.
22. Понятие издержек и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
23. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
24. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.

25. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
26. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
27. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
28. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
29. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
30. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
31. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
32. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
33. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами.
34. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
35. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система России, виды налогов и внебюджетные фонды.
36. Финансовый план и прогноз. Бюджет предприятия.
37. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
38. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
39. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
40. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
41. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.
42. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
43. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
44. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
45. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в России.
46. Финансовая устойчивость как реальная основа свободы печати.
47. Рынок бумаги и типографских услуг в России.
48. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
49. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
50. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства. Точка безубыточности и критический объем производства.
51. Составляющие комплекса маркетинга.
52. Характеристика рыночной экономической системы, ее отличия от командно-административной экономики.
53. Рекламно-коммерческие и творческие подразделения, их роль в успехе изданий и программ.

На зачете студенту предлагается ответить на два вопроса экзаменационного билета. Один из вопросов содержит практическое задание.

Примеры практических заданий:

1. Опишите внешнюю и внутреннюю среду СМИ.
2. Охарактеризуйте организационную структуру описанной организации.
3. Оцените риски и возможности позиционирования СМИ на рынке.

Шкала оценивания

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы.

Максимальное количество баллов, которое может быть получено студентом по дисциплине –100.

30 баллов из 100 – вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации;

Баллы за ответ студента на устном зачете начисляются в соответствии со следующими критериями:

Баллы	Критерии оценки
24-30	Студент показал достаточно глубокие знания теоретического материала по теме, умение связать теоретические знания с практикой, выстроил четкую и аргументированную позицию. Владеет знаниями и умениями по дисциплине в полном объеме.
15-23	Студент изложил теоретический материал без существенных неточностей, однако были затруднения с приведением примеров. Ответ недостаточно четкий. Студент владеет основными знаниями и умениями по дисциплине.
5-14	Показаны знания только базовых категорий, в ответе допускаются неточности, ответ недостаточно аргументирован, недостаточно хорошо показана связь теоретического материала с практикой
0-4	Студент не отвечает на поставленный вопрос, либо допускает грубые ошибки в ответе, затрудняется с приведением примером.

70 баллов из 100 студент может набрать по результатам текущего контроля успеваемости:

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся.

Шкала перевода оценки из многобалльной в традиционную:

- оценка **зачтено** выставляется при условии, если студент набрал от 56 до 100 баллов;
- оценка **не зачтено** выставляется при условии, если студент набрал менее 56 баллов.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика

изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося.

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение домашних контрольных заданий, подготовка реферата, по одной из тем курса, подготовка доклада в форме устного сообщения по теме реферата, подготовку к опросам по темам дисциплины.

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Прослушать курс лекций по данной дисциплине
- Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Раскройте характеристики редакции СМИ как предприятия. Назовите виды предприятий, особенности их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Выделите внутренние и внешние источники финансирования редакций.
3. Определите принципы формирования организационной структуры редакции и штатного расписания.
4. Определите роль инновации, их виды и роль в развитии редакции.
5. Перечислите основные функции финансового менеджмента.
6. Назовите представителей научной школы управления.
7. Приведите примеры действия положительных и отрицательных обратных связей в деятельности СМИ.
8. Какие типы организационных структур вы знаете?
9. Опишите основные методы развития человеческих ресурсов.
10. Назовите основные этапы управления изменениями в деятельности СМИ.

Методические рекомендации по освоению лекционных занятий

Лекция является для обучающегося важной формой теоретического освоения конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают информацию по дисциплине, помогающую студенту сориентироваться в массе информации для самостоятельного более глубокого освоения темы.

Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения дисциплины. Умение студента сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения является неременным условием их глубокого и прочного усвоения общекультурных и профессиональных компетенций, на которые нацелена дисциплина.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Это должно быть сделано самим студентом. Не надо

стремиться записать дословно всю лекцию. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: "важно", "особенно важно", "хорошо запомнить" и т.п. или подчеркивать красной ручкой. Целесообразно разработать собственную символику, сокращения слов, что позволит сконцентрировать внимание студента на важных сведениях.

Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, смартфон и т.п.).

Для удобства восприятия теоретического материала каждая лекция сопровождается электронной презентацией.

Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. Именно такая серьезная работа на лекциях и с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями и сформировать профессиональные компетенции.

При проработке лекционного материала следует иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые положения и идеи дисциплины, комплексное формирование необходимых компетенций происходит в ходе практических занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям по дисциплине

Для успешного усвоения дисциплины обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом семинарского занятия.
2. Изучить соответствующие вопросы в конспекте лекций и раздаточном материале.
3. Подготовиться к обсуждению вопросов для дискуссии.
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время (подготовка рефератов, докладов и др.).

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. На семинарских занятиях по дисциплине могут использоваться следующие формы работы обучающихся:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме семинарского занятия;
- выполнение практических заданий в подгруппах
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивания и обсуждение докладов;
- выполнение тестовых заданий.

Методические указания по подготовке к тестированию

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «, по первым словам,».

Методические указания по подготовке к опросу

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в устной форме. Желательно доклад сопровождать электронной презентацией. Структура доклада включает:

1. Введение:
 - указывается тема и цель доклада;
 - обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;
 - намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.
 2. Основное содержание доклада:
 - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
 3. Заключение:
 - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.
- Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия – это публичный диалог, в процессе которого сталкиваются, как правило, противоположные точки зрения. Дискуссия имеет две основные цели: информационную цель: выявить суть спорного вопроса, четко обозначить все точки зрения; цель воздействия, убеждения: с помощью приведенных аргументов и доказательств убедить соперника в правоте своих взглядов.

При подготовке по теме надо рассмотреть позиции «за» и «против». Каждая позиция должна содержать:

- 1) определение темы, объяснение ключевых понятий темы;
- 2) формулировку основного тезиса, с точки зрения которого будет доказываться та или иная позиция;
- 3) аргументы и доказательства (с опорой на тексты художественной, критической, научной и публицистической литературы).

Успех в дискуссии в значительной степени зависит от аргументов, которые приводятся в поддержку выдвинутого тезиса.

Для ведения продуктивной дискуссии стороны должны уметь задавать информативные и корректные вопросы друг другу.

Прежде чем выступать, надо четко определить свою позицию. Проверить, правильно ли понята суть проблемы. Внимание к выступлению оппонента. Лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты. Лучшим способом убедить противника является четкая аргументация и безупречная логика. Нельзя искажать мысли и слова своих оппонентов.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Экономическая теория 4-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата / Отв. ред. Лобачева Е.Н. - М.: Юрайт. 2015. – Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/thematic/?68&id=urait.content.0B25E76F-6E67-404B-9F89-CE9C05C2D8F0&type=c_pub. – ЭБС «Юрайт».
2. Душенькина Е.А. Экономическая теория. Учебное пособие. - Саратов: Научная книга, 2012. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6268.html>. – ЭБС «IPRbooks».
3. Николаева И.П. Экономическая теория. Учебник. - М., Дашков и К, 2015. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14127.html>. – ЭБС «IPRbooks».

6.2. Дополнительная литература

1. Авдеева О.А. Рынок СМИ в России и зарубежных странах: сравнительный анализ: монография [Электронный ресурс]: монография — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2010.- 180 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/12837>.
2. Алешин, А.В. Управление проектами: фундаментальный курс. [Электронный ресурс] / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. — 624 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/66093> — Загл. с экрана.
3. Балашов А.И., Имамов Т.Д., Купрещенко Н.П., Тertyшный С.А. Экономическая теория. - М., ЮНИТИ-ДАНА. 2014. // <http://www.iprbookshop.ru/21012.html>
4. Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Иваницкий В.Л., Макеенко М.И., Назайкин А.Н., Полуэхтова И.А Основы медиабизнеса. - М., Аспект Пресс. 2014// <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>
5. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. Учеб. пособие. Гриф УМО. М.,Аспект-Пресс, 2015.
6. О'Коннор Дж., Мак-Дермотт Ян. Искусство системного мышления. Творческий подход к решению проблем и его основные стратегии. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 256 с.
7. Теория и практика принятия управленческих решений. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Бусов В.И., Лябах Н.Н., Саткалиева Т.С., Таспенова Г.А. – М: Юрайт, 2015. – 279 с.
8. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] :

учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/93373>.

9. Шевчук, Д.А. Экономическая журналистика: учеб.-практ. пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ГроссМедиа, 2008. — 568 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/8898>.
10. Bennett, E.A. Self and Self-Management. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2013. — 103 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/41991>.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Московский городской педагогический университет, 2012. — 152 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>. — ЭБС «IPRbooks»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. — М.: Дело, 2015. — 192 с.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрании законодательства РФ. - 2014. - № 31. - ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ. — 1998. - № 31. - ст. 3823.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. — 1996. - № 5. - ст. 410.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016, с изм. от 17.11.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016) // Собрание законодательства РФ. — 2002. - № 1 (ч. 1). - ст. 1.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. — 1996. - № 25. - ст. 2954.
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // Ведомости СНД и ВС РФ. — 1992. - № 7. - ст. 300.
7. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» // Собрание законодательства РФ. — 1995. - № 3. - ст. 170.
8. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485-1 (ред. от 08.03.2015) «О государственной тайне» // Собрание законодательства РФ. - 1997. - № 41. - стр. 8220-8235.
9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ. — 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3448.

10. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 12. - ст. 1232.
11. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О связи» // Собрание законодательства РФ. - 2003. - № 28. - ст. 2895.
12. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 12.03.2014) «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ. – 2004. - № 32. - ст. 3283.
13. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015) // Собрание законодательства РФ. – 2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3451.
14. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.03.2016) // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 29. - ст. 2950.
15. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 02.06.2016) «Об общественных объединениях» // Собрание законодательства РФ. – 1995. - № 21. - ст. 1930.
16. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 24. - ст. 2253.
17. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ (ред. от 03.07.2016) «О чрезвычайном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2001. - № 23. - ст. 2277.
18. Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ (ред. от 12.03.2014) «О военном положении» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 5. - ст. 375.
19. Федеральный закон от 21.12.1994 № 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // Собрание законодательства РФ. – 1994. - № 35. - ст. 3648.
20. Федеральный закон от 06.03.2006 № 35-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «О противодействии терроризму» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 11. - ст. 1146.
21. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // Собрание законодательства РФ. – 2002. - № 30. - ст. 3031.
22. Федеральный закон от 04.04.2005 № 32-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об Общественной палате Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2005. - № 15. - ст. 1277.
23. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. - ст. 3802.
24. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 26 (часть I). - ст. 3378.
25. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) // Российская газета. - 2000. - № 187.
26. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753). Доступ к URL: <http://base.garant.ru/182535/>
27. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 7 февраля 2008 г. № Пр-212) // Российская газета. - 2008. - № 34.
28. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 21.10.2016) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»» // Собрание законодательства РФ. – 2014. - № 18 (часть II). - ст. 2159.

6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Проект «экономико-статистические материалы». Режим доступа: <http://gov.stat>
2. Универсальная информационная система «Россия». Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp> -
3. Электронный ресурс «Динамика экономического и социального развития России». Режим доступа: <http://hist.msu.ru/Dynamics> -
4. Сообщество менеджеров. - Режим доступа: www.executive.ru
5. Сайт консалтинговой компании И. Адизеса. Режим доступа: www.adizes.com
6. Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления». - Режим доступа: [www:// uptp.ru /](http://www.uptp.ru)
7. Официальный сайт Президента РФ. - Режим доступа: www.kremlin.ru
8. Официальный сайт Председателя Правительства России - Режим доступа: www.premier.ru

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607; Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.