

**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 «04» сентября 2017 г.

№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.14 Экономика и менеджмент в СМИ

направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код, наименование направления подготовки)

Деловая журналистика

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форм(ы) обучения)

2018

(год набора)

Москва, 2017 г.

Автор(ы)–составитель(и):

К.э.н., доцент кафедры
общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС Г.А. Савченко
Заведующий кафедрой управления информационными процессами, доктор политических
наук, профессор Силкин В.В.

СОДЕРЖАНИЕ СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	6
3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	12
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	23
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	26
6.1. Основная литература.....	26
6.2. Дополнительная литература.....	26
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	26
6.4. Нормативные правовые документы.....	27
6.5. Интернет-ресурсы.....	27
6.6. Иные источники.....	27
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	28

1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» - приобретение студентами знаний и навыков экономического анализа в области средств массовой информации, в ее основных формах и конкретных видах информационно-управленческой деятельности.

Задачи изучения дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» в соответствии с видами профессиональной деятельности:

- развитие экономического сознания и мышления будущих журналистов ;
- усвоение ими принципов формирования деловой политики средств массовой информации как субъектов информационного рынка;
- обеспечить студентов знаниями, необходимыми для решения проблем, связанных с существованием средств массовой информации на медиарынке;
- овладение основами редакционного менеджмента;
- выработка навыков самостоятельного анализа экономической ситуации на рынке СМИ;
- определение способов повышения экономической эффективности.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Дисциплина «Экономика и менеджмент в СМИ» в соответствии с ФГОС ВО направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, соотнесенных с компетентностной моделью выпускника по данной ОП ВО.

В таблице 1 представлены формируемые компетенции и планируемые результаты обучения: знания, умения и навыки.

Таблица 1.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОК - 4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: 3.1. -общие закономерности экономических процессов на медиарынке, товарную сущность информации, экономические регуляторы и факторы деятельности СМИ как предприятия.
		Уметь: У.1. - разбираться в многообразии форм экономической деятельности медиабизнеса;
		Владеть: Н..1- профессиональными навыками в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности;
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	Знать: 3.1.- формы экономической деятельности медиабизнеса; особенности издательской и коммерческой деятельности СМИ;
		Уметь: У.1. -применять механизм формирования бюджета редакции, ценообразования, прибыли, рентабельности, оплаты труда журналиста.
		Владеть: Н.1. -умением определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса

	технологии продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента.	выпуска периодического издания, быть способным к решению простейших задач, связанных с укреплением экономической базы своего периодического издания.
--	---	--

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.Б.14 «Экономика и менеджмент в СМИ» входит в число дисциплин базовой части и изучается на 3 курсе в соответствии с учебным планом.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны иметь знания по дисциплинам 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».

4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, всего - 72 часа.

Трудоемкость дисциплины в соответствии с учебными планами для очной формы обучения представлена в Таблице 2.

Таблица 2.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОК - 4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: 3.1. -общие закономерности экономических процессов на медиарынке, товарную сущность информации, экономические регуляторы и факторы деятельности СМИ как предприятия.
		Уметь: У.1. - разбираться в многообразии форм экономической деятельности медиабизнеса;
		Владеть: Н..1- профессиональными навыками в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности;
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.	Знать: 3.1.- формы экономической деятельности медиабизнеса; особенности издательской и коммерческой деятельности СМИ;
		Уметь: У.1. -применять механизм формирования бюджета редакции, ценообразования, прибыли, рентабельности, оплаты труда журналиста.
		Владеть: Н.1. -умением определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска периодического издания, быть способным к решению простейших задач, связанных с укреплением экономической базы своего периодического издания.

5. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Содержание дисциплины соотносится с планируемыми результатами обучения через задачи, формируемые компетенции и их компоненты (знания, умения, навыки), представлено в Таблице 3.

Таблица 3.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
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.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1
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.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1
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.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1
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	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1

		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.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1
Тема 6	Менеджмент в редакции. Фактор управления.	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.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1
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.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1
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. Стиль руководства.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1

В Таблице 4 раскрывается структура дисциплины с указанием количества академических часов и видов учебных занятий, а также формы текущего контроля и промежуточной аттестации.

Таблица 4.

Структура дисциплины (модуля)

№ 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
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
Тема 5	Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.	9	2		2		5	О, Р
Тема 6	Менеджмент в редакции. Фактор управления.	9	2		2		5	О,
Тема 7	Элементы логистики в работе СМИ.	9	2		2		5	О
Тема 8	Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.	9	2		2		5	О
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	16		16		40	

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

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы для самостоятельной подготовки, самопроверки к опросам, диспутам на занятиях лекционного, практического типов по темам (разделам) дисциплины:

Тема 1

Издательский дом, медиа-холдинг, концерн и иные формы объединений (пример России, Германии, Франции, Великобритании).

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

Тема 2

Материальное обеспечение производства печатных и электронных СМИ.

Основные и оборотные средства.

Рынок бумаги и типографских услуг.

Источники финансирования редакционной деятельности и производства (внутренние и внешние; кредиты, инвестиции, государственные дотации, гранты, собственные прибыли).

Собственные средства: прибыль от распространения тиража (подписка и розничная продажа), прибыль от рекламы и диверсифицированной коммерческой деятельности редакции.

Финансовая устойчивость как реальная основа свободы прессы.

Тема 3

Эффективность экономической системы и рыночная модель предприятия.

Показатели. Индикаторы. Методы измерения.

Тема 4

Рекламно-коммерческая служба и диверсификация доходов редакции.

Система учета и роль бухгалтерии.

Система текущего контроля.

Фактор личности руководителя.

Тема 5

Сравнительная оценка конкурентов.

Сегментирование рынка.

Распределение долей и раздел рынка.

Препятствия на пути к успеху предприятия на целевом рынке

Позиционирование в сегменте рынка.
«Торговая марка», «бренд» и его продвижение на рынке.
Маркетинговые коммуникации на медиа-рынке.
Инновации в медиабизнесе.

Тема 6

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

Тема 7

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

Финансовый план и бюджет редакции.
Финансовые ресурсы предприятия и управление ими.
Роль прибыли.
Налоговые аспекты деятельности редакции.
Льготы и преференции. Нужен ли финансовый план дотационному изданию?
Зависимость бюджета от затрат и финансовое планирование.
Расчет себестоимости продукции, единицы продукции, рабочего дня редакции. Расчет финансовой базы, сводная смета и калькуляция.

Перечень тем рефератов и докладов:

Тема для каждого студента утверждается преподавателем в индивидуальном порядке.

1. Редакция СМИ как предприятие и специфический информационный товар

2. Специфика информационного товара России, Китая и США.
3. Кластеры предприятий на рынке масс-медиа России и Казахстана.
4. Финансовая устойчивость и свобода предпринимательства реальными основами свободы слова.
5. Государство и медиа-объединения.
6. Целесообразность маркетинговых технологий.
7. Глобальная индустрия масс-медиа и Россия: прошлое, настоящее, будущее.
8. Специфика бренда газеты (электронного СМИ, книжного издательства).
9. Многовекторность стратегии продвижения информационного товара на медиа-пространстве России
10. Необходимость продвижения брендов на рынке масс-медиа.
11. Гордость за свое предприятие и его «миссию» – игра или искренность?
12. Культивирование «трудоголизма»: алгоритм успеха или признак слабости? Кто и чем готов рисковать на нашем рынке?
13. Сколько стоит креативная деятельность медиа-холдинга.
14. Интеллектуальная собственность: сколько стоит творчество, его учесть в балансе медиа-компания.
15. Деятельность посредников в медиа-бизнесе, «справедливая цена».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося

Успешное освоение курса «Экономика и менеджмент СМИ» 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.

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Прослушать курс лекций по данной дисциплине
- Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях
- Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя
- Подготовить доклад
- Подготовить реферат

Методические рекомендации по освоению лекционного материала

Лекция является для обучающегося важной формой теоретического освоения конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают самые актуальные и необходимые данные по конкретным темам изучаемой дисциплины, во многом дополняющие учебники и учебные пособия, а иногда даже их заменяющие.

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", "особо 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, которая по окончании занятия пересылается обучающимся в электронной форме.

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 семинарским занятиям по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ»

Для успешного усвоения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» 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. Ответить на вопросы, вынесенные на обсуждение;
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время.

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. Продолжительность подготовки к семинарскому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе, то есть примерно 3-4 часа в неделю. Семинарские занятия по дисциплине «Экономика» могут проводиться в различных формах:

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

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

Краткие методические указания по написанию реферата

Реферат является самостоятельной практической работой студента. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины. Данный вид работы индивидуален и самостоятелен. Не допускается прямое заимствование материалов из каких-либо источников без ссылок на них.

Текст работы должен быть написан литературным языком в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – Times New Roman, для заголовков допускается использование шрифта Arial. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см,

правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения формируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

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. 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

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения студентом понятий и категорий по теме доклада;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы;
- правильность и аккуратность оформления.

8. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

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, «брэнд» 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.

Показатели, критерии и оценивание компетенций, формируемых при освоении дисциплины по этапам их формирования приведены в Таблице 5.

Таблица 5.

Наименование темы (раздела)	Код компетенции	Код ЗУН	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Тема 1. Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ Тема 2 Бизнес-план и рыночная модель предприятия Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия. Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование. Тема 6. Менеджмент в редакции. Фактор управления. Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ. Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.	ОК-4 ОПК-11	31У1Н1 31У1Н1	1. Теоретические знания	1.1. Студент доказал сформированность компетенций, предусмотренных ФГОС, владеет теоретическим материалом по теме.	«зачтено» 2-7
				1.2. Большая часть теоретического материала не усвоена, существенные затруднения в аргументации выводов.	«не зачтено» 1
			2. Сформированность умений и навыков	2.1. Умение связать теоретические знания с практикой. Способность применять нестандартные решения.	«зачтено» 2-7
				2.2. Практические задания, задачи не выполняются	«не зачтено» 1
			3. Коммуникационные навыки	3.1. Грамотно излагает материал, соблюдает нормы речи, ответ четкий и логически выстроен	«зачтено» 2-6
				3.2. Нормы речи отсутствуют, логическое построение изложения материала отсутствует	«не зачтено» 1

Методические материалы по процедуре оценивания

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче зачета.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе бально-

рейтинговой системы: 20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам зачета; 20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад по результатам написания контрольной работы; 20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад по результатам участия в практических занятиях и выполнения лабораторных работ; 20% из 100 (или 20 баллов из 100) - вклад по результатам тестирования.

Шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

обучающемуся выставляется оценка «не зачтено», если обучающийся набрал менее 50 баллов,

оценка «зачтено» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 100 баллов;

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

К сдаче зачета допускаются студенты, набравшие не менее 50 баллов по итогам текущей аттестации. Оценка промежуточной аттестации по дисциплине проставляется в приложение к диплому.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

9.1 Основная литература

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

9.2. Дополнительная литература

1. 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>
2. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. Учеб. пособие. Гриф УМО. М., Аспект-Пресс, 2015.
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. Фишер С. Экономика: Пер. с англ. – М, 2015.
5. Skitsko, Volodymyr. E-LOGISTICS AND M-LOGISTICS IN INFORMATION ECONOMY// LogForum. 2016, Vol. 12 Issue 1, p7-16. 10p.
6. Soroka, Stuart N., Stecula, Dominik A., Wlezien, Christopher. It's (Change in) the (Future) Economy, Stupid: Economic Indicators, the Media, and Public Opinion//

merican Journal of Political Science. Feb2015, Vol. 59 Issue 2, p457-474. 18p. 7 Charts, 4 Graphs.

7. The International Media and the Political Economy of Publishing. 2015// https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/6980/librarytrendsv26i4c_opt.pdf?sequence=1

9.3. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. www.stringer-agency
2. www.kommersant
3. <http://gov.stat/> - Проект «экономико-статистические материалы»
4. <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp> - Универсальная информационная система «Россия»
5. <http://hist.msu.ru/Dynamics/index.html> - Электронный ресурс «Динамика экономического и социального развития России»
6. <http://worldbank.org/> Доклад Мирового банка об экономике России – 2014: Неопределенность экономической политики ограничивает горизонт роста. - № 32. Сентябрь 2014 г.

10. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине Академия располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;

- аудиториями для проведения практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет, а также специализированным ситуационным центром для проведения практических занятий в форме кругового стола, ролевой игры и работы в малых группах;

- компьютерными классами с комплектом лицензионного программного обеспечения Microsoft Office.