

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ

Автор: к.э.н., доцент Шаронин П.Н.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.01 Экономика
Профиль «Экономика медиаиндустрии»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области анализа специфики контента и структуры различных медиаисточников: ДПК-3.1.

План курса:

Тема 1 Современные концепции развития медиаиндустрии

Тема 2 Ключевые характеристики современных российских и мировых медиасистем

Тема 3 Особенности современного медиапотребления

Тема 4 Медиаэкономика, медиконвергенция и новые медиа

Тема 5 Медиаконтент: виды, формы и особенности восприятия

Тема 6 Модели монетизации в медиаиндустрии

Тема 7 Медиаэкономика в современном обществе.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-3	Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях	ДПК-3.1	Способность собирать и обобщать первичные статистические данные с целью прогнозирования направлений развития медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях

Результат формирования компетенции ДПК-3.1 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- Знает основные экономические понятия и тенденции развития современного медиарынка;
- Знает современные мировые медиасистемы,

на уровне умений:

- Умеет использовать экономические знания при изучении учебных дисциплин и в журналистской деятельности.

- Умеет использовать различные каналы массовой коммуникации с учетом запросов аудитории и специфики их медиапотребления.

на уровне навыков:

- владеет способностью понимать специфические и общие тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии
- владеет способностью анализировать специфику контента и структуру различных медиаисточников

Основная литература:

1. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. — М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. — 400 с. — (Серия «Учебник нового поколения»). — URL: <https://znanium-com.ezproxу.ranepa.ru:2443/catalog/document?id=343645>