

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.01 ЭКОНОМИКА 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 применения технологии разработки и обоснования управленческих решений в медиабизнесе; построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления медиакомпаниями: ПК-8.2, ДПК-1.3.

План курса:

Тема 1 Сущность и особенности медиаэкономики. Роль медиа в современной экономике.

Тема 2 Специфические особенности медиарынка. Конкуренция на медиарынке.

Тема 3 Экономические модели функционирования медиаэкономики.

Тема 4 Современные тенденции развития медиаиндустрии в России и зарубежных странах

Тема 5 Медиааналитика. Методы исследования медиаиндустрии

Тема 6 Бизнес-планирование в медиаиндустрии

Тема 7 Анализ стратегий максимизации прибыли медиакомпаний в условиях мультимедийного конкурентного рынка

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа 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	Способность оценивать мероприятия в области экономической политики медиакомпаний
ДПК-1	Способность анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятий медиа-сферы и индустрии развлечений и разрабатывать прогноз их основных экономических показателей	ДПК-1.3	Способность анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности организаций медиаиндустрии и индустрии развлечений

Результат формирования компетенции ПК-8.2 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- понимание экономических основ функционирования медиаиндустрии России и зарубежных стран;
- знание главных факторов рыночного роста;
- понимание направления деятельности ключевых медиакомпаний;
- знание базовых бизнес-моделей в медиаиндустрии.

на уровне умений:

- анализировать актуальные сведения, характеризующие текущее состояние российского и зарубежных медиарынков, а также отдельных медиакомпаний;
- прогнозировать развитие медиакомпаний на среднесрочную и долгосрочную перспективу

на уровне навыков:

- владение инструментарием поиска, сбора и обработки информации о российском и зарубежных медиарынках, а также отдельных медиакомпаниях;
- владение технологией разработки и обоснования управленческих решений в медиабизнесе.

Результат формирования компетенции ДПК-1.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- знание методик количественного и качественного анализа информации;
- понимание особенностей построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей медиабизнеса.

на уровне умений:

- проводить анализ информации, необходимой для принятия управленческих решений;
- строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели в медиаиндустрии.

на уровне навыков:

- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений;
- владение навыками построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления медиакомпаниями.

Основная литература:

1. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система / Н. Б. Кириллова. — Москва : Академический Проект, 2020. — 411 с. — ISBN 978-5-8291-2908-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132266>