

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ДВ.01.12.06 Экономика СМИ

**Автор:**

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций Поляков М.Л.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

41.03.06 Публичная политика и социальные науки

Публичная политика и государственные стратегии (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** сформировать способность создавать трансмедийный контент, анализировать, верифицировать и представлять информацию в виде текста для разных типов медиа

**План курса:***Тема 1. Определение экономики масс-медиа*

Общие принципы рыночного функционирования СМИ в России и в мире: участники, ключевые показатели работы, производство, потребление, распространение.

*Тема 2. Структура медиа рынка России и в мире*

Модели рыночного существования СМИ концепции, идеи, авторы. Понятие «формат». Государственные и частные СМИ. Примеры удачных форматов. Система взаимоотношений: собственники/редакция. Конфликт интересов.

*Тема 3. Традиционные медиа: пресса, телевидение, радио*

Основные игроки, принципы программирования, производство, доставка сигнала, телеизмерения. Массовая пресса и пресса влияния. Издательские модели и форматы. Лидеры рынка. Измерения аудитории.

*Тема 4. Экономическая модель новых медиа и инновации в медийном бизнесе.*

Типы новых медиа, их экономика. Конвергенция, мульти-платформенные решения. Изменение дистрибуции контента. Примеры медиа нового типа.

*Тема 5. Операционное управление медиакомпанией*

Структура компании, иерархия или ее отсутствие. Взаимоотношения журналистов, менеджеров и акционеров СМИ. Внутреннее устройство СМИ. Редакционные интересы и бизнес-задачи. Структура. Конфликты и компромиссные решения.

*Тема 6. Бизнес-план и финансовое планирование*

Поиск ниши. Идеология проекта. Структура расходов, описание. Медийный Start-up. Создание компании, продвижение, продажи. Финансовый результат. Юридические основы работы СМИ.

#### *Тема 7. Первые лица*

Наиболее яркие владельцы СМИ и медиа-менеджеры. Истории успеха и падений. Карта СМИ России.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA -14.2	на уровне знаний: экономических регуляторов медийного рынка
	на уровне умений: определять цели, задачи, необходимые ресурсы для разработки медийного проекта; умения составления бизнес-плана СМИ как предприятия; проведения анализа сегментов медиарынка
	на уровне навыков: управления медийным проектом как бизнесом; расчёта экономической модели СМИ.

#### **В ходе реализации используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

– при проведении занятий лекционного типа:

*Занятия лекционного типа по данной дисциплине не предусмотрены*

– при проведении занятий семинарского типа:

*Контроль посещаемости, опрос, разбор кейсов, диспут, творческая работа*

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

*творческая работа, опрос.*

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (*опросы, практические и контрольные задания, прочее*) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

– учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

– степень усвоения теоретических знаний;

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

– результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по выполнением практических и контрольных заданий, прохождении опросов и тестирований.

#### **Промежуточная аттестация:**

*Устный зачет, состоящий из ответов на вопросы.*

**Основная литература:**

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания
1.	Doyle G	Understanding Media	SAGE Publications	2013
2.	Lotz A. D., Timothy Havens	Understanding Media Industries	Oxford University Press	2011
3.	Портер М.	«Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов»		2011