

Аннотация
дисциплины **Б1.Б.08 «Медиаэкономика»**

Объем трудоемкости (ОФО): 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 18 ч. аудиторной нагрузки – 12 лек., 12 практ, 48 СРС)

Цели дисциплины: дать общее взаимосвязанное представление о характере и особенностях экономики и планирования в медиа бизнесе.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть особенности отношений между экономикой и журналистской в современном обществе;
- изучить основы редакционно-издательского маркетинга, условия обеспечения финансовой базы издания;
- выявить роль экономического фактора в организации труда современного журналиста;
- способствовать формированию у магистранта экономического мышления, понимания своего места и роли в укреплении экономической базы издания, оптимизация его имиджа и повышения его конкурентоспособности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Медиаэкономика» входит в раздел Б1.Б.08 «Дисциплины (модули). Базовая часть» ФГОС по направлению подготовки ВО 42.04.02 Журналистика.

Курс «Медиаэкономика» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Медиапланирование», «Современные медиасистемы». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач экономики издательской деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/общепрофессиональных* компетенций (ОК/ОПК/ПК): *ОПК-7, ОК-1*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-7	Готовность учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности	особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики; актуальные проблемы медиаэкономики; экономические основы труда	использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ; обобщить теоретические	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг.	основы и практические задачи менеджмента и маркетинга информационных продуктов.	
2.	ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	ключевые понятия и базовые категории логики, методы экономического анализа	использовать ключевые понятия и базовые категории логики, методы экономического анализа в практической деятельности	ключевыми понятиями и базовыми категориями логики, методами экономического анализа

Содержание и структура дисциплины (модуля)

Разделы дисциплины, изучаемые в В семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
	Организационная структура редакции	12	2	2	-	8
	Медийный маркетинг	12	2	2	-	8
	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	12	2	2	-	8
	Издательская себестоимость	12	2	2	-	8
	Продвижение медийного продукта на рынок	12	2	2	-	8
	Ценообразование в медиаиндустрии	12	2	2	-	8
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	12	12	-	48

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: коллоквиум, круглый стол, учебный проект.

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга: практикум. М., 2017. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=464468

2.Стровский, Д.Л. Отечественная журналистики новейшего периода: учеб. Пособие для студ. Вузов, обуч. По спец. «Журналистика» / Д. Л. Стровский. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2014.

3.Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособ. Для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Щербакова Н.И.