

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качество образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

2016 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.Б.34 ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

«Электронные СМИ и новые медиа»,

«Информационная работа в государственных и коммерческих структурах»,

«Печать и информационные агентства»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – прикладная

(академическая /прикладная)

Форма обучения – очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2016

Рабочая программа дисциплины Экономика и менеджмент СМИ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, профиль «Электронные СМИ и новые медиа», «Информационная работа в государственных и коммерческих структурах», «Печать и информационные агентства»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Экономика и менеджмент СМИ утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «22» апреля 2016 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Соловьев Г.М.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «22» апреля 2016 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Соловьев Г.М.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 05-16 «24» мая 2016 г.

Председатель УМК факультета Демина Л.И.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Хлопунова О.В., канд. филол. наук, доцент кафедры издательского дела и медиатехнологий

Осадник М.С., председатель Краснодарского Краевого регионального отделения Федерации спортивных журналистов Кубани, главный редактор интернет-портала «Кубанский спорт.RU»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

Основная цель освоения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» – дать представление об экономике средств массовой информации (СМИ) как особой области практической деятельности и связанного с ней научного знания.

1.2 Задачи дисциплины.

- изучение студентами особенностей и путей развития отечественного медиабизнеса;
- формирование представления об экономике средств массовой информации как особой области практической деятельности и связанного с ней научного знания;
- формирование представлений о системе понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики;
- формирование представлений о практической деятельности в области редакционного менеджмента

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» относится к базовой части блока Б.1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Журналистика», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации.

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Основы теории журналистики», «Введение в профессию», «Философия» и «История», изучаемых одновременно, в то же время способствует дальнейшему изучению таких общепрофессиональных журналистских дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана, как «Современные зарубежные СМИ», «Правовые основы журналистики» и др.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональной* компетенции: ОПК 11

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
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	современные зарубежные медиаконцепции, профессиональные стандарты, лучшие образцы практик зарубежных и отечественных СМИ; особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики; актуальные проблемы медиаэкономики; экономические	использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ; обобщить теоретические основы и практические задачи менеджмента и маркетинга	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов; основами редакционного менеджмента.

	корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг.	информационных продуктов.	
--	---	--	---------------------------	--

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			7			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		32	32			
Занятия лекционного типа		16	16	-	-	-
Лабораторные занятия		-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		16	16	-	-	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		2	2			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		6	6	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		-	-	-	-	-
Реферат		5	5	-	-	-
Подготовка к текущему контролю		-	-	-	-	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену		26,7	26,7			
Общая трудоемкость	час.	72	72	-	-	-
	в том числе контактная работа	26,7	26,7	-	-	-
	зач. ед	2	2	-	-	-

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Средства массовой информации и рынок	12	4	4	-	4
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга	12	4	4	-	4

3.	Финансовая политика редакции	10	4	4	-	2
4.	Основы редакционного менеджмента	9	4	4	-	1
	<i>Итого по дисциплине:</i>		16	16	-	11

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (тем)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Средства массовой информации и рынок	Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса: Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Экономические предпосылки. Проблемы собственности, владение информационным предприятием и его названием. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России.	<i>Конспект лекций</i>
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга	Основы редакционно-издательского маркетинга: Его особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба.	<i>Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции</i>
3.	Финансовая политика редакции	Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура. Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции.	<i>Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции</i>
4.	Основы редакционного менеджмента	Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного	<i>Конспект лекций, опрос по</i>

		менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Менеджмент и организация редакционной деятельности. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе.	ключевым аспектам предыдущей лекции
--	--	--	-------------------------------------

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Средства массовой информации и рынок	СМИ как отрасль современной экономики. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов. Концентрация в индустрии СМИ.	<i>Дискуссия, Реферат</i>
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга	Основы редакционно-издательского маркетинга. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга.	<i>Дискуссия, Реферат</i>
3.	Финансовая политика редакции	Экономические особенности печатных СМИ. Экономика телевидения, радио- и кабельной индустрии. Экономика онлайн-СМИ.	<i>Дискуссия, коллоквиум, реферат</i>
4.	Основы редакционного менеджмента	Менеджмент и периодическое издание. Менеджмент и закон. Менеджмент и этика.	<i>Круглый стол, коллоквиум, реферат</i>

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Самостоятельная работа	1. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 253 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.).

		[Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464. 2. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2012
2	Реферат	3. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 253 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464. 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2012

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВОпо направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматривается использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса.

Лекция(Л) – учебное аудиторное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного

материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Лекции являются основной формой учебных занятий в вузе. Лекция - форма организации учебного процесса, направленная на формирование ориентировочной основы для последующего усвоения учащимися учебного материала. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у обучающихся ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Цель лекции - организация целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения.

Лекция как элемент образовательного процесса должна включать следующие этапы:

- формулировку темы лекции;
- указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- изложение вводной части;
- изложение основной части лекции;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Содержание лекционного занятия как важнейшего элемента учебного процесса должно выполнять следующие функции:

- информационную - изложение системы знаний, какого-либо объема научной информации;
- мотивационную - формирование познавательного интереса к содержанию учебной дисциплины и профессиональной мотивации будущего специалиста, содействие активизации мышления студентов;

установочную - обеспечение основы для дальнейшего усвоения учебного материала;

— воспитательную - формирование сознательного отношения к процессу обучения, стремления к самостоятельной работе и всестороннему овладению профессиональными навыками.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные на лекции знания. Практическое занятие предполагает выполнение студентами по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Порядок подготовки практического занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач практического занятия
- разработка плана проведения практического занятия
- отбор содержания практического занятия (подбор типовых и нетиповых задач, заданий, вопросов)
- обеспечение практического занятия методическими материалами, техническими средствами обучения
- определение методов, приемов и средств поддержания интереса, внимания, стимулирования творческого мышления студентов
- моделирование практического занятия

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
 - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
 - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;
 - выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
 - дискуссия по докладу и содокладам.
1. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Коллоквиум– требует от обучающихся не простого воспроизводства информации, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов.

Дискуссия – обмен взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других. Обычно предполагается, что из мышления рождается ответ на высказывание оппонента в дискуссии, поэтому разномыслие и рождает дискуссию. Однако дело обстоит как раз наоборот: спор, дискуссия рождает мысль, активизирует мышление, а в учебной дискуссии к тому же обеспечивает сознательное усвоение учебного материала как продукта мыслительной его проработки. Метод дискуссии используется в групповых формах занятий: на семинарах-дискуссиях, собеседованиях по обсуждению итогов выполнения заданий на практических занятиях, когда студентам нужно высказываться.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Формами текущего и промежуточного контроля являются выполнение рефератов, проведение дискуссий и коллоквиума.

4.1.1 Примерная тематика рефератов

1. Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в 19-20 вв..
2. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
3. СМИ в современной экономике.
4. Движущие силы развития медиабизнеса. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ. Типы концентрации.
5. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ.
6. Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
7. Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации.
8. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ.
9. Современная концепция маркетинга.
10. Маркетинговые исследования.
11. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
12. Планирование маркетинговой деятельности.
13. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга.
14. Выработка стратегии маркетинга СМИ на зарубежном медиарынке.
15. Выработка стратегии маркетинга СМИ на российском медиарынке
16. Газетная индустрия в информационно богатых странах: основные этапы развития.
17. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке.
18. Современные тенденции развития газетного рынка.
19. Экономические особенности журнальной индустрии.
20. Национальные особенности современных рынков прессы.
21. Экономические особенности телевизионной индустрии:
22. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
23. Экономические особенности радиоиндустрии. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.

24. Экономика кабельной индустрии
25. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства.
26. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура.
27. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования.
28. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.
29. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.
30. Управление редакционным коллективом.
31. Имидж, периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка.
32. Дизайн издания и его популярность.
33. Этические нормы взаимоотношения менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Отрицательные последствия их разрушения.

Примерные задания для промежуточной аттестации в рамках учебной дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ»

Задания текущего контроля предназначены для эффективного усвоения теоретических знаний в сфере функционирования СМИ; выработки практических навыков организации творческого процесса в профессиональной деятельности журналиста.

КОЛЛОКВИУМ

К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ ПО РАЗДЕЛУ № 1

1. Закон о СМИ как юридическое чудо.
2. Медиаиндустрия в Европе.
3. СМИ как фактор формирования экономического мышления.
4. Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения.
5. Новая политика в регулировании российской региональной прессы.
6. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ.

КОЛЛОКВИУМ

К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ ПО РАЗДЕЛУ № 2

1. Что такое маркетинг СМИ? Чем он отличается от маркетинга в других рыночных сегментах?
2. Назовите основные цели медиамаркетинга.
3. Какие базовые методы используются в медиамаркетинге?
4. Какие методы применяются при изучении рынка и какие задачи они решают?
5. Назовите основные методы продуктовой стратегии на рынке СМИ.
6. Назовите основные методы ценообразования на рынке печатных и электронных СМИ.
7. Какие технологии, стратегии и приемы используют при продвижении СМИ?
8. По каким параметрам изучается рекламный рынок и какое это имеет значение для деятельности СМИ?
9. Каковы функции службы маркетинга на медиапредприятии?
10. Назовите основные типы организации маркетинговой деятельности в медиабизнесе.

КОЛЛОКВИУМ

К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ ПО РАЗДЕЛУ № 3

УЧЕБНЫЙ ПРОЕКТ

Предполагает проектирование примерного бизнес-плана по созданию газеты (учебный вариант). С целью придания варианту универсального характера текущие финансовые расчеты выполняются без учета налогов, начислений и льгот, которые у различных редакций могут отличаться. Единый социальный и налог на прибыль будут учтены только по итогам всего периода проекта.

Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать бизнес-план по созданию газеты N, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированных аналитических и исследовательских навыков. Выполняется группой обучающихся.

1. Бизнес-план по созданию газеты N
- Резюме
- Описание газеты
- Рынок сбыта
- Конкуренция
- Стратегия маркетинга
- План производства
- Организационный план
- Юридический план
- Оценка риска и страхование
- Финансовый план

ИНТЕРАКТИВНОЕ ЗАНЯТИЕ

К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ ПО РАЗДЕЛУ № 4

КРУГЛЫЙ СТОЛ

Подготовка к интерактивному занятию начинается с обсуждения проблемы и формата ее решения. Составляется план проведения мероприятия. В качестве основы сценария – программа на телеканале соответствующего формата, вопросы для обсуждения должны носить профессиональный характер.

В ходе круглого стола участники должны продемонстрировать навыки владения содержанием обсуждаемого вопроса, публичной речью, стратегии и тактики спора и др. навыки самопрезентации.

Темы для обсуждения

1. Что такое «корпоративное издание»?
2. Для чего организации или компании необходима своя газета и какова ее целевая аудитория?
3. Как издание влияет на корпоративную культуру.
4. Влияние корпоративного издания на имидж компании.
5. О чем и как должна писать корпоративная газета.
6. Как изучить и понять свою аудиторию.
7. Как создать обратную связь с читателями?
8. Графическая модель: зачем она нужна?
9. Что определяет «лицо» издания?
10. Как дизайн влияет на восприятие издания читателем?

ИНТЕРАКТИВНОЕ ЗАНЯТИЕ

К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ ПО РАЗДЕЛУ №4

КОЛЛОКВИУМ

1. Типология корпоративных изданий по целевой аудитории: b2b, b2c, b2p.

2. Основные условия и этапы создания корпоративного издания
3. Тематическая модель корпоративного издания: как удовлетворить потребности своей аудитории
4. Как планировать издание и работать с авторами.
5. Критика в корпоративном издании
6. Газета и журнал: разный подход к оформлению.
7. Как дизайн влияет на восприятие издания читателем?
8. Способ производства издания: собственное или аутсорсинг. Достоинства и недостатки каждого из этих способов.
9. Выпуск издания: технологическая цепочка
10. Как правильно распространять корпоративное издание.
11. Приемы продвижения издания

ИНТЕРАКТИВНОЕ ЗАНЯТИЕ

К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ ПО РАЗДЕЛУ № 4

УЧЕБНЫЙ ПРОЕКТ

Предполагает конечный продукт курса «Выпуск корпоративного издания» - b2b, b2c, b2r (по выбору группы), получаемый в результате выполнения комплекса практических занятий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать корпоративное издание, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированных аналитических и исследовательских навыков. Выполняется группой обучающихся.

1. Корпоративное издание государственных и гражданских некоммерческих организациях.
2. Корпоративное издание в промышленном и коммерческом секторе.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (экзамен)

1. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
2. Модели организации телевизионной индустрии.
3. СМИ в современной экономике.
4. Ценовая политика редакции. Ее направления.
5. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ.
6. Дизайн издания и его популярность.
7. Концентрация в современной российской индустрии СМИ.
8. Распространение периодического издания.
9. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ.
10. Менеджмент и этика.
11. Современная концепция маркетинга.
12. Структура редакционного коллектива.
13. Маркетинговые исследования.
14. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
15. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
16. Финансовый рынок. Поиск источников капитала.
17. Планирование маркетинговой деятельности.
18. Модели монополистического капитала.
19. Медиамаркетинг и его особенности.

20. Качество информации и новые информационные технологии (проблемы доверия к СМИ).
21. Капитал, фонды и средства редакции.
22. Журналистика как часть креативных индустрий.
23. Экономические особенности газетной индустрии.
24. Бизнес-моделирование в СМИ.
25. Современные тенденции развития газетного рынка.
26. Инфраструктура СМИ: информационные службы.
27. Экономические особенности журнальной индустрии.
28. Журналистика как бизнес.
29. Модели организации телевизионной индустрии.
30. Основные типы российских предприятий (государственные, смешанные, частные)
31. Экономические особенности телевизионной индустрии.
32. Вопросы регулирования российской региональной печати.
33. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке.
34. Экономические особенности СМИ России.
35. Экономические особенности радиоиндустрии.
36. Конвергенция в российской прессе: экономические особенности и перспективы.
37. Контент-индустрия в структуре экономики СМИ.
38. Модели монополистического капитала.
39. Экономические преимущества интернета перед традиционными СМИ.
40. Современная корпорация: экономическая деятельность и коммуникация.
41. Экономика онлайн-СМИ.
42. Российская медиаиндустрия: процесс становления.
43. Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ.
44. Как изменится газета: эпоха микроблогов
45. Массовая информация как товар на информационном рынке.
46. Основные тенденции развития мировой экономики.
47. Информационный рынок: аспекты и структура.
48. Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения
49. Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции.
50. Периодическое издание и его аудитория.
51. Конкуренция и конкурентные ситуации.
52. Финансовая база издания. Источники ее формирования.
53. Финансовая политика редакции и компании.
54. Бизнес-план в системе редакционного планирования.
55. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства.
56. Управление редакционным коллективом.
57. Бюджет и баланс редакции, их структура.
58. Экономические основы труда журналиста

Критерии оценивания

Экзамен проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

- **Оценка «отлично»** выставляется по результатам экзамена, если студент:

- продемонстрировал всесторонние и глубокие знания программного материала учебной дисциплины; излагал материал в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современной научной терминологии;
- освоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную в программе, проявил творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний;
- дал полные, четкие, логически последовательные, правильные ответы на поставленные вопросы, проявил способность делать обоснованные выводы;
- продемонстрировал умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и развитии, сформированность необходимых практических навыков работы с изученным материалом.

- **Оценка «хорошо»** выставляется по результатам экзамена, если студент:

- продемонстрировал системный характер знаний и умений, способность к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;
- показал достаточно полные и прочные знания программного материала дисциплины, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых явлений (процессов);
- дал последовательные, правильные, конкретные, без существенных неточностей ответы на поставленные вопросы, проявил уверенность при ответах на дополнительные вопросы;
- продемонстрировал знание основной рекомендованной литературы, умение достаточно полно анализировать факты, события, явления и процессы, применять теоретические знания при решении практических задач.

- **Оценка «удовлетворительно»** выставляется по результатам экзамена, если студент:

- продемонстрировал знания основного программного материала по дисциплине в объеме, достаточном для последующего обучения и предстоящей практической деятельности;
- ознакомился с основной рекомендованной литературой;
- допустил нарушение логической последовательности в изложении программного материала, но в целом показал необходимые знания и умения для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора;
- дал достаточно правильные ответы на поставленные вопросы, допустил при этом неточности и несущественные ошибки, несоблюдение норм литературной речи, недостаточно использовал современную научную терминологию;
- продемонстрировал недостаточную сформированность навыков обоснования выдвигаемых предложений и принимаемых решений; испытывал затруднения при выполнении практических работ.

- **Оценка «неудовлетворительно»** выставляется по результатам экзамена, если студент:

- обнаружил существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине либо отсутствие знаний значительной части программного материала, непонимание его основного содержания, неспособность ответить на уточняющие вопросы, отсутствие умения научного обоснования проблем, неточности в использовании научной терминологии;
- обнаружил неумение применять теоретические знания при решении практических задач, отсутствие навыков обоснования выдвигаемых предложений и принимаемых решений;

– допустил принципиальные ошибки, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

5. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования сми : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 253 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464.

5.2 Дополнительная литература:

1. Иваницкий, Валерий Львович. Основы бизнес - моделирования СМИ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. : ил. - Библиогр.: с. 246-253.

5.3. Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: <http://www.mediascope.ru>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>
3. Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.msu.ru/resources/msu-publ.html>
4. «Главный редактор». Ежемесячный профессиональный журнал по медиабизнесу.

5. «Медиа бизнес» «МЕДИАБИЗНЕС». Журнал представляет собой площадку для обмена опытом медиа-менеджеров, учебник для тех, кто хочет повысить квалификацию, руководство к действию и сборник практических методик и анализа передового опыта. Все аспекты функционирования современного медийного предприятия и главный аспект — получение дохода и прибыли.
6. «Со-Общение». Ежемесячный специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях. Журнал посвящен проблематике интеллектуального бизнеса и основным направлениям гуманитарных технологий: PR, консалтингу, брендингу, рекламе, политическим технологиям, менеджменту, традиционным и современным методикам маркетинговых и социологических исследований. <http://www.soob.ru>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. <https://www.biblio-online.ru> – информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. <https://e.lanbook.com> – информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

По курсу предусмотрено проведение лекционных, практические занятий, на которых дается основной систематизированный материал, предусматривающих закрепление полученных знаний. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2012

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ».

Требования к самостоятельному изучению материала: с помощью конспектирования обязательной научной литературы, указанной в списке литературы, студенты усваивают общую проблематику курса.

Требования к выполнению самостоятельных работ: самостоятельная работа предполагает знакомство с рекомендованной литературой, ее конспектирование, подготовку докладов по предложенным темам, а также выполнение различных индивидуальных и групповых творческих и исследовательских заданий, сформулированных преподавателем.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом

творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Опрос - производится на основании списка контрольных вопросов. Ответ студента должен строиться на основании конспектов лекций и материалов основной и дополнительной литературы.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 TimesNewRoman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объём реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- текстовым редактором MicrosoftWord (2003 и выше);
- средством для просмотра pdf -файлов AdobeReader;
- 18 редактором MicrosoftPowerPoint;

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,205,302,402 (Мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная) ауд.№209,309,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд.№301 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор)
2.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
5.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)