

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 Основы медиабизнеса

Объем трудоемкости:

ОФО

2 зач. ед. семестр 7 (72 часа, из них - 36 часа аудиторной нагрузки: лекционных 18 ч., практических 18 ч.; 0,2 ИКР; 31,8 ч самостоятельной работы; 4 ч КСР)

3 зач. ед. семестр 8 (108 часов, из них - 32 часа аудиторной нагрузки: лекционных 16 ч., практических 16 ч.; 0,3 ИКР; 36 ч самостоятельной работы; 4 ч КСР; 35,7 контроль)

Цель дисциплины:

Цель дисциплины – рассмотрение СМИ и медийных информационных средств как отрасли экономики, анализ истории развития и движущих сил; основных тенденций развития и анализ важнейших сфер деятельности: финансовой политики, медиапланирования, медиамаркетинга, бизнеспланирования, выявление особенностей проявления общеэкономических законов в индустрии СМИ, ее различных сегментах и отдельных компаниях, показать влияние жизни современного общества на динамику медиарынка.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть содержание медиапланирования и медиамаркетинга с точки зрения применения их в медиабизнесе;
2. Сформировать понимание современных этапов медиапланирования, развития рекламного рынка;
3. Дать студентам целостное представление о назначении, характере, содержании и особенностях текущего российского законодательства, регулирующего правовые отношения в сфере деятельности журналиста;
4. Дать представление о функционировании в конкурентной среде медиапредприятия на основе творческой и финансово-экономической самодостаточности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Основы медиабизнеса» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4» учебного плана по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональных компетенций: ПК-7, ПК-13, ПК-26, ПК-31

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-7	Способностью выявлять покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка	методы маркетинговых исследований для изучения целевой аудитории и покупательского спроса	анализировать издательский рынок, выявлять покупательский спрос	навыками анализа конъюнктуры рынка
2.	ПК-13	Способностью	особенности	принимать	методами и

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		принимать управленческие решения и осуществлять оперативный контроль проектной издательской деятельности	управления предприятием отрасли печати на всех этапах подготовки и выпуска издательской продукции	компетентные управленческие решения на предприятии отрасли печати	алгоритмами управления и продвижения издательского проекта
3.	ПК-26	Способностью выполнять работу по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	особенности выстраивания взаимоотношений со всеми рабочими звеньями (специалистами) на предприятии отрасли печати	навыками аналитической работы на предприятии или организации	навыками формирования собственной позиции оценки социальной эффективности деятельности предприятия
4.	ПК-31	Способностью анализировать клиентскую базу	способы и методы формирования клиентской базы на предприятиях отрасли печати	практически использовать теоретические знания по издательскому делу при формировании клиентской базы	навыками работы с компьютерными программами, необходимые для формирования различных информационных баз

Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная форма).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	СМИ как отрасль современной экономики.	18	6	4	-	8
2.	Движущие силы развития медиабизнеса.	20	6	6	-	8
3.	Концентрация в индустрии СМИ.	20	6	6	-	8
4.	Обзор пройденного материала. Сдача зачета	9,8	-	2	-	7,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		18	18	-	31,8

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре (очная форма).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Финансовое управление на медиапредприятиях.	17	4	4	-	9
2.	Медиапланирование.	17	4	4	-	9
3.	Маркетинг СМИ.	17	4	4	-	9
4.	Бизнес-моделирование СМИ в условиях медиарынка.	17	4	4	-	9
	<i>Итого по дисциплине:</i>		16	16	-	36

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с.
2. Васильев Г.А. Медиапланирование [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 267 с.

Автор РПД - кандидат филологических наук, доцент Алла Андреевна Цаканян