

Аннотация
дисциплины «Экономика издательского дела» Б.1.Б.22

Объём трудоёмкости: 5 зачетных единиц (180 часов, из них – 16 часов аудиторной нагрузки: лекционных 6 часов, лабораторных 6 часов, практических 4 часа; 151 час самостоятельной работы; 13 часов контроль).

Цель дисциплины:

дать представление об экономике средств массовой информации (СМИ) как особой области практической деятельности и связанного с ней научного знания; познакомить с экономическими основами издательского дела; сформировать экономическое мировоззрение на основе знания основных экономических законов функционирования издательских структур разного типа.

Задачи дисциплины:

- изучение студентами особенностей и путей развития отечественного медиа-бизнеса;
- формирование представления об экономике средств массовой информации и книгоиздания;
- формирование представлений о системе понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики;
- формирование представлений о практической деятельности в области редакционного менеджмента;
- рассмотрение организационных и экономических взаимоотношений издательств с другими участниками издательско-полиграфического комплекса: авторами, поставщиками материалов, полиграфическими и книготорговыми предприятиями;
- формирование структуры себестоимости издательской продукции и определение ее цены.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Экономика издательского дела» относится к Базовой части Блока 1 в разделе «Федеральный компонент» государственных образовательных стандартов высшего образования. Программа базируется на обобщении теоретических разработок по данной проблематике, существующих в профессиональной литературе.

Курс «Экономика издательского дела» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Маркетинг в издательском деле», «Менеджмент в издательском деле», «Экономика». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач экономики издательской деятельности.

Требования к уровню освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК 25, ПК 28.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК 25	Способностью рассчитывать рентабельность конкретного издательского проекта	<i>знать</i> систему экономических измерений издательской продукции; виды и ценовую политику издательских материалов.	<i>уметь</i> определять задачи оперативного издательского планирования; решать задачи экономического расчета себестоимости издательской продукции.	<i>владеть</i> методикой расчета себестоимости издательской продукции и формированием калькуляции; навыками разработки бизнес-плана издательства в контексте практики РИП.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2	ПК 28	Способностью участвовать в маркетинговых мероприятиях издательства	<i>Знать</i> современные зарубежные медиа-концепции, 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 основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ; рынок информационных продуктов и услуг.	<i>уметь</i> использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ.	<i>Владеть</i> ключевыми понятиями и базовыми категориями основ медиапланирования и проектирования

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Средства массовой информации и рынок	32	1	-	1	30
2.	Редакционно-издательский процесс и его экономические аспекты	36	2	1	1	32
3.	Финансовая политика редакции	35	1	1	1	32
4.	Издательская себестоимость. Расходы на бумагу и переплетные материалы	38	1	1	1	35
5.	Ценообразование на издательскую продукцию	39	1	1	2	35
	<i>Итого по дисциплине:</i>	180	6	4	6	164

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачёт, экзамен.*

Основная литература:

1. Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. «Журналистика»/ Д. Л. Стровский. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2014.
2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособ. для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Варгановой, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013.
3. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности. М., 2012.

Авторы – Цаканян Алла Андреевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела и медиатехнологий факультета журналистики КубГУ;

– Ищенко Диана Сергеевна, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий факультета журналистики КубГУ.