

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

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
заместитель
Хагуров Т.А.
« 14 » _____ 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.В. ДВ.05. 01 Экономика и менеджмент СМИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.03 Издательское дело

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

Редакционно-издательская деятельность

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины «Б.1. В.ДА.05.01 Экономика и менеджмент СМИ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело
код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

Хлопунова О.В., доцент, к. филол. наук, доцент


подпись

Рабочая программа дисциплины «Б.1. В.ДА.05.01 Экономика и менеджмент СМИ» утверждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии протокол № 11 «23» апреля 2018г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Абрамова Г.А.


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии протокол № 11 «23» апреля 2018г.

И.о. заведующего кафедрой (выпускающей)

Абрамова Г.А.


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

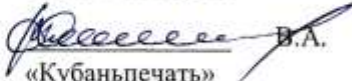
протокол № 15-18 «25» апреля 2018г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.


подпись

Рецензенты:

 Г.Н. Немец, к.ф.н., доц. кафедры рекламы и связей с общественностью

 В.А. Остапенко генеральный директор ООО «Кубаньпечать»

1.Цели и задачи дисциплины

1.1. Цель дисциплины - 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 Блоку 1 Вариативной части Дисциплин по выбору. Программа базируется на обобщении теоретических разработок по данной проблематике, существующих в профессиональной литературе. Дисциплина неразрывно связана с другими дисциплинами, формирующими фундамент подготовки специалистов в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами рассматриваемого направления. Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной, могут быть использованы в дальнейшем при написании выпускных квалификационных работ, а также при проведении иных исследовательских и проектных работ.

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

Процесс изучения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» направлен на формирование следующих компетенций: ПК-8, ПК-14, ПК-19, ПК-21, ПК-32, ПК-33

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-8	способностью разрабатывать систему управления качеством подготовки и выпуска издательской продукции	основные системы управления качеством подготовки и выпуска издательской продукции	применять полученные знания в области управления качеством подготовки и выпуска издательской продукции на практике	навыками управления качеством подготовки и выпуска издательской продукции

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2	ПК-14	способностью управлять ассортиментом предприятия распространения издательской продукции, организовывать работу отделов реализации издающих организаций и подразделений предприятий распространения издательской продукции.	ассортимент предприятий распространения издательской продукции, организацию работы отделов реализации издающих организаций и подразделений предприятий	осуществлять деятельности по распространению издательской продукции и формированию ассортимента	методами формирования ассортимента предприятия издательской отрасли и методами управления процессом распространения издательской продукции
3	ПК-19	способностью формировать маркетинговую стратегию издающей организации	современные зарубежные медиаконцепции, особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики; актуальные проблемы медиаэкономики;	использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности; самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ	ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов; основами редакционного менеджмента
4	ПК-21	способностью участвовать в формировании ценовой политики издающей организации	методы формирования цены на издательские продукты	анализировать ценовую политику предприятий регионального, федерального уровня	методами ценообразования и расчета цен на книжную продукцию
	ПК-32	способностью обосновывать инновационные технологические и экономические решения при разработке издательского	теоретические аспекты инновационной деятельности, инновационного продукта	обосновывать инновационные технологические и экономические решения при разработке издательского проекта	методикой разработки инновационных продуктов в издательской деятельности

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		проекта			
	ПК-33	Способностью создавать модели управления продажами на региональном, национальном и международном уровнях	особенности регионального, национального и международного го издательских рынков на современном этапе	анализировать практику функционирования предприятий книоторговой отрасли на региональном, национальном и международном уровнях	знаниями в области управления продажами на региональном , национально м и международн ом уровнях

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.(108 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Курсы (часы)			
			2			
Контактная работа, в том числе:		20.3	20.3			
Аудиторные занятия (всего):		20	20	-	-	-
Занятия лекционного типа		8	8	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		12	12	-	-	-
Лабораторные занятия		-	-	-	-	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0.3	0.3	-	-	-
Самостоятельная работа, в том числе		79	79	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		40	40	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		20	20	-	-	-
Коллоквиум		10	10	-	-	-
Подготовка к текущему контролю		9	9	-	-	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену		8.7	8.7	-	-	-
Общая трудоемкость	час.	108	108	-	-	-
	В том числе контактная работа	20.3	20.3	-	-	-
	зач. ед.	3	3	-	-	-

2.2 Структура дисциплины:

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	26	2	4	-	20
2.	Основы редакционно-издательского маркетинга.	26	2	4	-	20
3.	Финансовая политика редакции	14	2	2	-	10
4.	Основы редакционного менеджмента.	33	2	2	-	29
	<i>Всего:</i>		8	12	-	79

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

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Средства массовой информации и рынок	Медиаэкономика в современном обществе. Структура современной медиасистемы. Ключевые понятия медиаэкономики. СМИ-сдвоенный рынок товаров и услуг. Конкуренция на рынке СМИ. Спрос и предложение в медиаэкономике. Экономическая медиаполитика зарубежных государств. Медиаиндустрия в РФ.	Конспект лекций
2	Основы редакционно-издательского маркетинга.	Содержание теории маркетинга. Объективные причины возникновения. Инструментарий маркетинга. Современная концепция маркетинговой теории. Маркетинг-микс. Специфика редакционно-издательского маркетинга.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
3	Финансовая политика редакции	Экономические особенности печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радио- и кабельной индустрии. Экономика онлайн-СМИ.	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции

4	Основы редакционного менеджмента.	Основные понятия в системе редакционного менеджмента. Функциональное содержание редакционного менеджмента. Организация как основа менеджмента. Организационная структура фирмы. Уровни управления и их функции. Общие принципы управления редакцией. Управление качеством подготовки и выпуска издательской продукции	Конспект лекций, опрос по ключевым аспектам предыдущей лекции
---	-----------------------------------	---	---

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	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.	Реферат, опрос по ключевым вопросам темы
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.	Реферат, опрос по ключевым вопросам темы
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. Цена. Политика ценообразования на	Реферат, опрос по ключевым вопросам темы

		продукцию СМИ. Тиражная политика редакции. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции.	
4.	Основы редакционного менеджмента.	Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного 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.	Реферат, опрос по ключевым вопросам темы

2.3.3 Лабораторные занятия.

Не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

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 проработка теоретического материала	1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие – URL: https://e.lanbook.com/book/93471#authors 2. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - https://e.lanbook.com/book/68801#book_name . 3. Хлопунова О.В Экономика и менеджмент СМИ: учебное пособие / О.В. Хлопунова, А.А. Цаканян; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар, 2017
2	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений,	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. (Составитель – Кожанова В.Ю., канд. филол. наук, доцент КубГУ) – Краснодар: КубГУ, 2017 2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособ.

	презентаций)	Для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013 3. Основы бизнес-моделирования СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 253 с. - https://www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464
3	Реферат	1. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. (Составитель – Кожанова В.Ю., канд. филол. наук, доцент КубГУ) – Краснодар: КубГУ, 2017 2. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие – URL: https://e.lanbook.com/book/93471#authors 3. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - https://e.lanbook.com/book/68801#book_name

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

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены лекционные занятия, практические занятия, аудиторные самостоятельные работы и домашние работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе *интерактивных форм* проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используются такие интерактивные формы проведения занятий как коллоквиум, реферат.

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

4.1.1. Примерная тематика вопросов для фронтального опроса

1. Медиаиндустрия в Европе.
2. СМИ как фактор формирования экономического мышления.
3. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ.
4. Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в 19-20 вв..
5. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
6. СМИ в современной экономике.
7. Движущие силы развития медиабизнеса.
8. Современная концепция маркетинга.
9. Спрос и предложение на рынке СМИ.
10. Маркетинг. Цена на газетную продукцию.
11. Маркетинговые исследования.
12. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
13. Планирование маркетинговой деятельности.
14. Медиамаркетинг и его особенности.
15. Выработка стратегии маркетинга СМИ на зарубежном медиарынке.
16. Комплекс медиамаркетинга.
17. Экономические особенности печатных СМИ.
18. Какие факторы повлияли на становление экономика газетного дела.
19. Коммерциализация газетной индустрии.
20. Важнейшие статьи доходов и расходов.
21. «Двойная роль» рекламы в газетах.
22. «Таблоидизация» прессы.
23. Газетный рынок России.
24. Экономика телевидения.
25. Типы предприятий, действующие в телеиндустрии.
26. Основные модели телевизионной индустрии, приведите примеры.
27. Основы финансирования телевизионной индустрии.
28. Экономические особенности телевизионной индустрии.
29. Экономика радио- и кабельной индустрии.
30. Какие факторы оказали наиболее значительное влияние на экономику радио.
31. Коммерческое радиовещание.
32. Общественное радио.
33. Источники доходов кабельной индустрии.
34. Экономика онлайн-СМИ.
35. Что такое дигитализация.
36. Конвергенция СМИ.
37. Экономические преимущества Интернета для традиционных СМИ.
38. Трансформация журналистики под воздействием ИКТ.
39. Бизнес-модели онлайн-СМИ.
40. Последствия прогресс ИКТ.

4.1.2. 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 телерадиокомпаний и информационного агентства.
29. Бизнес-план редакции, телерадиокомпаний 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.

1.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (экзамен)

1. Структура современной медиасистемы
2. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
3. Современные рыночные стратегии предприятия СМИ.
4. Спрос и предложение в медиаэкономике.
5. Конкуренция СМИ на рынке содержания.
6. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени.
7. Конкуренция СМИ на рынке рекламы.
8. Экономические особенности газетной индустрии
9. Экономические особенности телевизионной индустрии.
10. Экономические особенности радиоиндустрии.
11. Экономика кабельной индустрии.
12. Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ.
13. Экономика онлайн-СМИ.

14. Примерный бизнес-план по созданию газеты.
15. Журналистика и экономический фактор.Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ.
16. Массовая информация как товар на информационном рынке.
17. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития.
18. Информационный рынок: аспекты и структура.
19. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.
20. Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции.
21. Экономические предпосылки. Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием.
22. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.
23. Финансовый капитал на информационном рынке.
24. Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления.
25. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши.
26. Исследование рынка покупателей.
27. Конкуренция и конкурентные ситуации.
28. Методы маркетинга, его редакционная служба.
29. Финансовая политика редакции и компании.
30. Финансовая база издания.
31. Уставной фонд редакции.
32. Основные и оборотные средства.
33. Бюджет и баланс редакции, их структура.
34. Расходная и доходная части бюджета.
35. Тиражная политика редакции.
36. Рекламная политика редакции.
37. Ценовая политика редакции. Ее направления.
38. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования.
39. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.
40. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.
41. Основы редакционного менеджмента.
42. Экономические принципы редакционной деятельности.
43. Производственный и финансовый менеджмент.
44. Службы редакционного менеджмента.
45. Менеджмент и редакция: ее величина и состав.
46. Кадровая политика редакции.
47. Менеджмент и структура редакционного коллектива.
48. Организационные принципы редакционной деятельности.
49. Менеджмент и управление редакционным коллективом.
50. Уровни менеджмента в редакции.
51. Экономические методы управления коллективом.
52. Менеджмент и организация редакционной деятельности.
53. Экономические основы труда журналиста.
54. Трудовые отношения в редакционном коллективе.
55. Менеджмент и периодическое издание.
56. Имидж периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка.
57. Дизайн издания и его популярность.

58. Распространение периодического издания. Рынок распространителей. Стратегия и тактика распространения.
59. Методы распространения и реализация тиража. Редакционная служба распространения.
60. Менеджмент и этика.
61. Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Воспитание у них экономического мышления.
62. Менеджмент и закон.
63. Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента.

Критерии оценивания

Оценка знаний производится по 4-х балльной системе и на основании критериев, определенных в соответствующих документах по регламентации учебного процесса в вузах:

- оценку **«отлично»** заслуживает студент, показавший:
 - всесторонние и глубокие знания программного материала учебной дисциплины; изложение материала в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов;
 - освоившему основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, проявившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний;
 - полные, четкие, логически последовательные, правильные ответы на поставленные вопросы, способность делать обоснованные выводы;
 - умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и развитии; сформированность необходимых практических навыков работы с изученным материалом.
- оценку **«хорошо»** заслуживает студент, показавший:
 - систематический характер знаний и умений, способность к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;
 - достаточно полные и твердые знания программного материала дисциплины, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых явлений (процессов);
 - последовательные, правильные, конкретные, без существенных неточностей ответы на поставленные вопросы; уверенность при ответе на дополнительные вопросы;
 - знание основной рекомендованной литературы; умение достаточно полно анализировать факты, события, явления и процессы, применять теоретические знания при решении практических задач;
- оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, показавший:
 - знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности;
 - знакомому с основной рекомендованной литературой;
 - допустившему неточности и нарушения логической последовательности в изложении программного материала в ответе на экзамене, но в основном обладающему необходимыми знаниями и умениями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора;
 - продемонстрировавшему правильные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы, несущественные ошибки;
 - проявившему умения применять теоретические знания к решению основных практических задач, ограниченные навыки в обосновании выдвигаемых предположений и принимаемых решений; затруднения при выполнении практических работ; недостаточное использование научной терминологии; несоблюдение норм литературной речи;
- оценка **«неудовлетворительно»** ставится студенту, обнаружившему:

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

1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие – URL: <https://e.lanbook.com/book/93471#authors>
2. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - https://e.lanbook.com/book/68801#book_name.
3. Хлопунова О.В Экономика и менеджмент СМИ: учебное пособие / О.В. Хлопунова, А.А. Цаканян; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. – Краснодар, 2017

5.2.Дополнительная литература:

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

2. Основы бизнес-моделирования СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 253 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/A3226321-9EF1-4DD2-A7B4-7E9AA9C73464>

5.3. Периодические издания и сборники конференций

Не требуется

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

1. Электронная библиотека НБ КубГУ – URL: <http://biblioclub.ru/>
2. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE" – URL: <http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Search/Simple>
3. Электронная библиотечная система издательства "Лань" – URL <https://e.lanbook.com>
4. Электронная библиотечная система издательства "ЮРАЙТ" – URL <http://www.biblio-online.ru/>

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

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

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.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. 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.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

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) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

1. Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты, личных кабинетов.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. Microsoft Microsoft Windows 8, 10 "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"20.11.2018 "Операционная система (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ)"
2. Microsoft Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018Соглашение Microsoft ESS 72569510"20.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты

8.3. Перечень информационных справочных систем:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.
2. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.
5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитории: 202, 205, 302, 402 (мультимедийны проектор, комплект учебной мебели, доска учебная), 209, 309, 411(переносное оборудование (ноутбук, проектор), комплект учебной мебели, доска учебная).
2.	Семинарские занятия	Аудитория (304, 305 306, 408), столы, стулья, доска.
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитории: 208 (имеется выход в интернет, комплект учебной мебели), 411 (комплект учебной мебели, доска учебная), 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	Аудитория (304, 305, 306, 408), столы, стулья, переносное оборудование (ноутбук, проектор)
5.	Самостоятельная работа	Аудитории (301, 307, 401) Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.