

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины

«Б1. О.11. Бизнес-модели СМИ»»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: - Цель дисциплины «Бизнес-модели специализированных СМИ» - является предоставление комплекса знаний и навыков о технологии создания и дальнейшем оптимальном функционировании предприятия (фирмы) массмедиа в рамках одноименной отрасли национальной экономики России.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с технологией создания предприятия массмедиа;
- изучить экономические составляющие «бизнес-моделей»;
- провести сравнительный анализ бизнес-моделей крупнейших российских медиахолдингов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-модели СМИ» относится к части, формируемой участниками обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина основывается на положениях таких дисциплин как «Жанровая динамика в мировых СМИ», «Редакторские практики в мировых медиа» и «Национальные медиасистемы в глобальном мире». В свою очередь дисциплина является предшествующей следующим дисциплинам: "Конфликтология и СМИ", "Политические процессы в современном медиа", "Медиаэтика".

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|--|
| ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | |
| ИОПК-4.1. Определяет потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | Знает принципы анализа потребностей общества и интересов аудитории Умеет прогнозировать спрос аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты Владеет навыками определения потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты |
| ИОПК-4.2. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, удовлетворяющие потребностям общества и интересам аудитории | Знает особенности создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Умеет определять потребности общества и интересы аудитории Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, удовлетворяющих потребностям общества и интересам аудитории |
| ПК-2 Способен анализировать результаты деятельности подразделений организации, опираясь на установленные контакты с внешней средой (В/03.7, В/04.7) | |

| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|---|
| ИПК-2.1. Использует особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации | Знает особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации |
| | Умеет отслеживать актуально значимые события и их отражение в функционировании подразделений организации |
| | Владеет навыками использования особенностей и критерий анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации |
| ИПК-2.2. Способен к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой | Знает принципы научного анализа и синтеза при обработке полученных данных |
| | Умеет устанавливать контакты с внешней средой |
| | Владеет способностью к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (заочной формы обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-------------------------------------|---|------------------|-------------------|-----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов | 24 | | 2 | 2 | 20 |
| 2. | Экономические основы функционирования медиахолдингов в России и за рубежом. | 24 | | 2 | 2 | 20 |
| 3. | Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии | 24 | | 2 | 2 | 20 |
| 4. | Практика саморедактирования переводов текстов СМИ | 22 | | 2 | | 20 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 94 | | 8 | 6 | 80 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 3,8 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | 0,2 | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 10 | | 10 | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (экзамен)

Автор : д.ф.н., доц. М.В.Безрукавая

