

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2024 11:40:06  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf706379d98ec1c5bb2f5eb89c29abfd7543985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**  
Декан факультета журналистики  
\_\_\_\_\_/Ю.В. Шуйская/  
«10» июня 2024 г

**Рабочая программа дисциплины**

**Экономика и менеджмент СМИ**  
Углубленная группа специальностей 42.00.00

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
(уровень бакалавриата)

**Направленность/профиль:**  
**«PR технологии и цифровые коммуникации»**

**Формы обучения: очная, заочная**

**Москва**

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. д.ф.н. Ларина Н. А. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 22 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик: \_\_\_\_\_ д.ф.н. Ларина Н. А.

Ответственный рецензент: профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.  
\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «10» июня 2024 г., протокол № 8.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью** освоения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» является формирование у обучающегося представлений: об экономике средств массовой информации, о современном состоянии медиаиндустрии в России, закономерностях формирования и развития рынка, экономической специфике различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ). К **задачам** относится приобретение знаний об основах редакционно-издательского маркетинга, особенностях организации работы редакции и редакционного менеджмента.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<b>ИУК-9.1.</b> Знает основы экономических теорий, базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике <b>ИУК-9.2.</b> Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; умеет пользоваться основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество; умеет выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности <b>ИУК-9.3.</b> Владеет опытом практических действий в сфере применения основных принципов экономического анализа для принятия решений; владеет методами личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей

## РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» входит в состав формируемой участниками образовательных отношений части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е.

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ  
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы  
на очной форме обучения**

Семестр 4										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
2	72	14		16				40		2 зачет

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы  
на заочной форме обучения**

Семестр 5										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
2	72	4		6				58		4 зачет

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и  
распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных  
занятий (в т.ч. контактной работы),  
видам текущего контроля**

**Распределение учебной нагрузки по темам дисциплины  
очная форма обучения**

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий	Контроль, промежуточная	Всего
								ча-

						кон- троль	аттеста- ция	сов
4 семестр								
Тема 1. Система экономики медиа. Медиарынок и рынок СМИ	2		2		4			8
Тема 2. Экономические особенности печатных СМИ	2		2		4			8
Тема 3. Экономические особенности электронных СМИ	2		2		4			8
Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг	2		2		4			8
Тема 5. Финансирование медиапредприятия	2		2		4			8
Тема 6. Редакционный коллектив в экономике медиапредприятия	2		2		4			8
Тема 7. Управление медиапредприятием. Особенности менеджмента СМИ	1		2		8			11
Тема 8. Базовые принципы разработки концепции издания, теле- или радиопрограммы	1		2		8			11
Зачет							2	2
Итого за семестр	14		16		40		2	72

## Распределение учебной нагрузки по темам дисциплины

### заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр								
Тема 1. Система экономики медиа. Медиарынок и рынок СМИ	2				7			9
Тема 2. Экономические особенности печатных СМИ	2				7			9
Тема 3. Экономические особенности электронных СМИ			2		7			9
Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг			2		7			9
Тема 5. Финансирование медиапредприятия					8			8
Тема 6. Редакционный коллектив в экономике медиапредприятия			2		8			10
Тема 7. Управление медиапредприятием. Особенности менеджмента СМИ					8			8
Тема 8. Базовые принципы разработки концепции издания, теле- или ра-					6			6

диопрограммы								
Зачет							4	4
Итого за семестр	4		6		58		4	72

### Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание темы
1	Тема 1. Система экономики медиа. Медиарынок и рынок СМИ	<p>Журналистская информация как товар. Понятия «СМИ» и «медиа». Роль медиа в современной экономике. СМИ в экономической системе страны. Концепция медиаиндустрии как индустрии товаров и услуг. Трансформация экономической системы и медиaprостранства во второй половине XX в. Рост роли медиа, появление их новых видов. Доля медиарынка в экономике развитых стран и России. Рынок СМИ как рынок периодических средств массовой информации. Падение роли эфирного ТВ. Падение роли радио. Узость понятия «рынок СМИ».</p> <p>Медиарынок и его компоненты: СМИ, рекламные агентства, коммуникационные агентства, книжный рынок, рынок аудиовизуальной продукции, рынок мобильного и интернет-контента. Конкуренция на рынке СМИ. Виды капитала и формы собственности на рынке СМИ.</p>
2	Тема 2. Экономические особенности печатных СМИ	<p>Печатный сектор на медиарынке. Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент журналов GI. Сегмент специализированных журналов. Сегмент узкоспециализированных журналов. Аудитория журналов. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. Медиахолдинги. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная дистрибуция.</p>
3	Тема 3. Экономические особенности электронных СМИ	<p>Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Технологии распространения платного неэфирного ТВ. Бизнес-модели эфирного и неэфирного ТВ. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио. Технологии распространения радио. Ведущие радиокomпании России и зарубежных стран. Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-овых СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран.</p>
4	Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг	<p>Понятие маркетинга. Редакционно-издательский маркетинг – особый вид редакционной деятельности. Непрерывность маркетинга. Изучение рынка СМИ и рынка потребителей информации. Конкуренция СМИ, ее виды.</p> <p>Изучение конкретных изданий и телеканалов. Планирование и методы маркетинга.</p>

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание темы
		Величина, состав, структура и организация работы службы маркетинга. Особенности службы маркетинга в различных СМИ.
5	Тема 5. Финансирование медиапредприятия	<p>Финансовая база медиапредприятия. Бюджет периодического издания, телерадиокомпании, информационного агентства: общее и особенное. Расходная часть бюджета. Доходная часть бюджета: реализация медиапродукта (тиража), публикация рекламы, издательская и коммерческая деятельность. Ценовая политика медиапредприятия. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.</p> <p>Принципы размещения рекламы в СМИ. Структура рекламного рынка. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Основные показатели медиапланирования. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиаиндустрии.</p>
6	Тема 6. Редакционный коллектив в экономике медиапредприятия	<p>Редакционный коллектив. Структура, величина и состав редакционного коллектива. Творческая, техническая, коммерческая службы редакции. Основные направления и особенности функционирования редакционного коллектива. Экономическая политика редакции.</p> <p>Ужесточение требований к редакционной структуре с развитием информационного рынка. Экономические основы труда журналиста. Оплата труда журналистов и другого персонала в СМИ.</p>
7	Тема 7. Управление предприятием. Особенности менеджмента СМИ	<p>Цели и задачи менеджмента СМИ. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники».</p> <p>Система управления медиапредприятием. Методы управления: моделирование, планирование, координация, нормирование, стимулирование труда, учет его результатов, контроль и проверка исполнения.</p> <p>Органы управления медиапредприятия. Менеджмент и бизнес-план медиапредприятия. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.</p>
8	Тема 8. Базовые принципы разработки концепции издания, теле- или радиопрограммы	<p>Базовая идея как результат первичного исследования рынка СМИ с учетом типа будущего издания (канала).</p> <p>Подкрепление идеи инструментами исследования рынка. Поиск. Первичная концепция. Разработка бизнес-плана издания. Создание, описание пробного макета, формата, рубрик издания (канала). Поиск внешнего инвестора. Организационно-административные, экономические, технические и творческие аспекты создания издания (канала).</p>



## **ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА** (Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### **Тема 1. Система экономики медиа. Медиарынок и рынок СМИ**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Журналистская информация как товар.
2. Роль медиа в современной экономике.

### **Тема 2. Экономические особенности печатных СМИ**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Печатный сектор на медиарынке.
2. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники.

### **Тема 3. Экономические особенности электронных СМИ**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Телевизионный сектор на медиарынке.
2. Виды телекомпаний и телеканалов.
3. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран.

### **Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Понятие маркетинга.
2. Редакционно-издательский маркетинг – особый вид редакционной деятельности.

### **Тема 5. Финансирование медиапредприятия**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Финансовая база медиапредприятия.
2. Бюджет периодического издания, телерадиокомпании, информационного агентства: общее и особенное.

### **Тема 6. Редакционный коллектив в экономике медиапредприятия**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Редакционный коллектив.
2. Экономическая политика редакции.

### **Тема 7. Управление предприятием. Особенности менеджмента СМИ**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Цели и задачи менеджмента СМИ.
2. Система управления медиапредприятием.

## Тема 8. Базовые принципы разработки концепции издания, теле- или радиопрограммы

### Вопросы и/или задания

1. Базовая идея как результат первичного исследования рынка СМИ с учетом типа будущего издания (канала).
2. Организационно-административные, экономические, технические и творческие аспекты создания издания (канала).

### РАЗДЕЛ 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя: изучение рекомендованной литературы, законов Российской Федерации в области СМИ, оценку, обсуждение и рецензирование материалов журналов «Журналист», «Журналистика. Медиарынок» и другие; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

#### Самостоятельная работа

Наименование разделов/тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Система экономики медиа. Медиарынок и рынки СМИ	Ключевые понятия медиаэкономики. Основные компоненты медиарынка. Новые виды медиа и их роль. Конкуренция на рынке СМИ. Формы собственности на рынке СМИ.
Тема 2. Экономические особенности печатных СМИ	Особенности информационно-издательского холдинга. Структура печатного сектора на медиарынке. Газеты и их типология. Журналы и их типология. Аудитория периодической печати.
Тема 3. Экономические особенности электронных СМИ	Ведущие телекомпании. Форматы радиостанций. Особенности онлайн-СМИ. Интерактивность в радио- и телевидении.
Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг	Цели, задачи, направления маркетинга. Методы маркетинга. Маркетинговая кампания. Обязанности маркетолога.
Тема 5. Финансирование медиапредприятия	Цели финансовой политики редакции. Структура редакционного бюджета. Основные статьи расходной части бюджета. Содержание рекламной кампании редакции. Направление ценовой политики редакции.

Тема 6. Редакционный коллектив в экономике медиа-предприятия	Особенности редакционного коллектива Системная структура редакции. Ролевая структура коллектива. Секретариат редакции: его функции и организация работы.
Тема 7. Управление медиа-предприятием. Особенности менеджмента СМИ	Устав редакции: основные положения. Основные требования к редакционному менеджеру. Структура службы менеджмента. Кадровая политика руководителя СМИ. Бизнес-план издания.
Тема 8. Базовые принципы разработки концепции издания, теле- или радиопрограммы	Концепция как система взглядов, ведущий замысел. Базовая (ключевая) идея нового СМИ. Формат издания. Содержательная модель издания.

### 5.1. Примерная тематика эссе <sup>1</sup>

1. Рынок СМИ: общая характеристика.
2. Экономические особенности телевизионной индустрии.
3. Экономические особенности индустрии радио.
4. Экономические особенности газетной индустрии.
5. Экономические особенности журнальной индустрии.
6. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ.
7. Структура рекламного рынка.
8. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка.
9. Понятие стратегии в медиа. Экономическая стратегия конкретного медиапредприятия.
10. Цели и задачи менеджмента СМИ.
11. Специфика менеджмента в печатных СМИ.
12. Специфика менеджмента в электронных СМИ.
13. Новые медиа и интерактивность.
14. Конкурентные ситуации на информационном рынке и их различия.
15. Менеджмент, этика, закон.
16. Основные аспекты создания издания (канала).

### 5.2. Примерные задания для самостоятельной работы

#### *Задание 1*

- А. Создать систему структуры информационного рынка России и его составных частей (рынок ресурсов, среда).
- Б. Создать схему территориальной структуры информационного рынка.
- В. Создать схему информационного рынка по средствам массовой информации.

#### *Задание 2*

Создать схему структуры медиахолдинга.

#### *Задание 3*

Составить карту финансовых рисков.

#### *Задание 4*

Создать схему коммерческой части газетной редакции.

<sup>1</sup>Перечень тем не является исчерпывающим.. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

### Задание 5

Создать схему пирамидальной структуры газетной редакции.

### Задание 6

Создать схему плоской структуры газетной редакции.

## РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице.

#### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
<b>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>		
<b>ИУК-9.1.</b> Знает основы экономических теорий, базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
<b>ИУК-9.2.</b> Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; умеет пользоваться основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства), предотвращать возможное мошенничество; умеет выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
<b>ИУК-9.3.</b> Владеет опытом практических действий в сфере применения основных принципов экономического анализа для при-	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

нятия решений; владеет методами личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей.		
--	--	--

## 6.2. Типовые вопросы и задания

1. Понятия «СМИ» и «медиа».
2. СМИ как товары и услуги.
3. Сектора рынка СМИ.
4. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
5. СМИ индивидуального и коллективного потребления.
6. Виды капитала на рынке СМИ.
7. Формы собственности на рынке СМИ.
8. Экономические особенности телевизионной индустрии.
9. Экономические особенности индустрии радио.
10. Экономические особенности газетной индустрии.
11. Экономические особенности журнальной индустрии.
12. Сегментация аудитории. Понятие ниши на рынке СМИ.
13. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ.
14. Виды рекламных агентств.
15. Методы измерения аудитории СМИ.
16. Основные показатели медиапланирования.
17. Органы управления медиапредприятием. Собственники и менеджмент.
18. Формы стимулирования и оплаты труда, существующие на медиарынке.
19. Место и роль Устава редакции в процессе управления персоналом в СМИ.
20. Цели, задачи, направления маркетинга.
21. Базовые методы медиамаркетинга.
22. Как информация становится товаром и в каком виде выходит на рынок?
23. Структура информационного рынка и законы его развития.
24. Экономические предпосылки создания СМИ и их экономическая база.
25. Типы концентрации СМИ.
26. В чем заключается позиционирование СМИ?
27. Цели и задачи маркетингового прогноза.
28. Особенности службы маркетинга в разных СМИ.
29. Основной и оборотный фонды редакции.
30. Из чего складывается редакционный бюджет?
31. Основные статьи доходной части бюджета.
32. Основные статьи расходной части бюджета.
33. Структура редакции.
34. Секретариат редакции, его функции.
35. Базовая (ключевая) идея создания нового СМИ.
36. Содержательная модель издания.
37. Обязанности обозревателя, собственного корреспондента, специального корреспондента.
38. Основные аспекты работы по созданию издания (канала).
39. Что такое оптимальный тираж издания и как его определяют?
40. В чем заключается рекламная политика редакции?
41. Почему редакция вынуждена заниматься коммерческой деятельностью?
42. Как определяют оптимальную цену рекламы в издании?
43. Как используется прибыль в редакциях?

44. Цели и задачи редакционного менеджмента.
45. Какие тенденции в процессе набора и отбора персонала доминируют сегодня на российском медиарынке?
46. Экономические методы управления редакцией.
47. Какие требования предъявляют работодатели к современному пиарщику?
48. Что такое имидж издания и от чего он зависит?
49. Почему успех распространения издания зависит от проведения маркетинга?
50. Бизнес-план и его структура.
51. Как этическая сторона деятельности в области рекламы и ПР влияет на экономическую базу издания?

### 6.3. Примерные тестовые задания<sup>2</sup>

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
УК-9	<p>1. Экономические предпосылки создания газеты:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) материально-техническая база;</li> <li>б) экономическая база редакции;</li> <li>в) база распространения издания;</li> <li>г) наличие потенциальной читательской аудитории.</li> </ol> <p>3. К коллективным формам управления СМИ как предприятия относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) общество с ограниченной ответственностью;</li> <li>б) унитарное предприятие;</li> <li>в) концерн;</li> <li>г) издательский дом.</li> </ol> <p>5. Формы и методы проникновения иностранного капитала на российский информационный рынок:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) учредительство СМИ;</li> <li>б) использование в качестве учредителя подставное лицо, имеющего российское гражданство;</li> <li>в) выпуск совместного российско-зарубежного издания;</li> <li>г) покупка контрольного пакета акций телерадиокомпании.</li> </ol>

### 6.4. Оценочные шкалы

#### 6.4.1. Оценивание текущего контроля

При оценке знаний на зачете учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.

<sup>2</sup> Рубежный контроль проводится для обучающихся на очной форме обучения и оценивается «зачтено»\ «не зачтено»

4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### **Шкала оценивания при тестировании**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

#### **Шкала оценивания при письменной работе**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>

#### **6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)**

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

#### **Шкала оценивания контрольной работы и эссе**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>
--	--

#### **6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### **Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;</li> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Хорошо	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;</li> <li>- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Удовлетворительно	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

#### **Шкала оценивания на зачете**



<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
«Зачтено»	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Не зачтено»	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

#### 6.4.4. Тестирование

##### Шкала оценивания

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

#### 6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

**Качество знаний** характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

**Умения**, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

**Навык и-** это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу.

ту, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, способность обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

**Устный опрос**- это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

**Тесты** являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

**Семинарские\практические занятия** - Лекционная и внеаудиторная работа обучающихся получает свое практическое завершение на семинаре. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний. Степень участия каждого обучающегося в занятиях учитывается оценками, которые влияют на экзаменационную отметку. Решение задач, тестов, упражнений является составным элементом экзамена.

## **Раздел 7. Методические указания для обучающихся по основанию дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программой учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

*Эссе* (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

*Кейс-метод (Casestudy)* – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с. — ЭБС «IPRsmart». — 978-5-238-01769-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81796.html>

### **Дополнительная литература**

Корконосенко С.Г. Моделирование и применение [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Г. Корконосенко. — Электрон.текстовые данные. — М. : Логос, 2015. — 248 с.- ЭБС «IPRsmart». — 978-5-98704-471-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51641.html>

### **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

### **Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

ЭБС IPRbooksh <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров – Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» – договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

#### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров – Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» – договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO-3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса**

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

### **Помещения для самостоятельной работы обучающихся:**

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.