

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.Б.18
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика и менеджмент СМИ
(наименование дисциплины)

по направлению подготовки (специальности)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки, специальности в соответствии с ФГОС ВПО/ФГОС ВО)

Форма обучения: очная

Год набора: 2018

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Количество ЗЕТ	2											
Часов по РУП	72											
Виды контроля в семестрах:	Экзамены		Зачеты			Курсовые проекты		Курсовые работы		Контрольные работы (для заочной формы обучения)		
			7									
	№№ семестров											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Итого
ЗЕТ по семестрам							2					2
Лекции							18					18
Лабораторные												
Практические							34					34
Контактная работа							52					52
Сам.работа							20					20
Контроль												
Итого							72					72

Тольятти, 2017

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки (специальности) 42.03.02 «Журналистика»

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Учебная (рабочая) программа одобрена на заседании кафедры «Журналистика» (протокол заседания № 1 от «04» сентября 2017 г.).



Рецензент

(должность, ученое звание, степень)

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Срок действия рабочей программы дисциплины до «30» августа 2022 г.

Информация об актуализации рабочей программы практики дисциплины:

Протокол заседания кафедры № 13 от «02» июля 2018 г.

Протокол заседания кафедры № 13 от «27» июля 2019 г.

Протокол заседания кафедры № 10 от «13» июля 2020 г.

Протокол заседания кафедры № 11 от «28» июня 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой «Журналистика»

(разработавшей РПД)

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

Н.И. Тараканова

(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ
дисциплины (учебного курса)
Б1.Б.18 «Экономика и менеджмент СМИ»

1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель – формирование у студентов устойчивых представлений о принципах экономического функционирования СМИ и специфических особенностях медиаменеджмента.

Задачи:

- 1) изучение общетеоретических вопросов, связанных с медиаэкономикой;
- 2) освоение основных принципов экономики СМИ;
- 3) изучение особенностей различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ).

2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (учебный курс) относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» (базовая часть).

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина – «Введение в профессию».

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины – Государственная итоговая аттестация.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые и контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)	Знать: тенденции развития медиаиндустрии в 21 веке; основные рынки СМИ и типы рыночных структур, характерные для современного медиарынка
	Уметь: выделять типы рыночных структур, характерные для местного медиарынка
	Владеть: терминологией и способностью сегментировать аудиторию и выделять нишу издания на рынке СМИ
способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного	Знать: базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса; технологию продвижения публикаций СМИ; основы медиаменеджмента; основные компоненты бизнес-моделирования; природу медиаиндустрии; основные понятия медиапланирования

статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11)	Уметь: рассчитывать основные параметры, используемые в медиапланировании; разрабатывать бизнес-модели СМИ; разрабатывать программу продвижения публикаций в СМИ
	Владеть: способностью разработать концепцию программы продвижения; способностью разработать механизмы оценки эффективности программы продвижения
способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5)	Знать: сущность изменений в технологиях работы СМИ и медиа, связанных с распространением веб-технологий и их проникновением в общество
	Уметь: разработать цитировать, реферировать и аннотировать веб-ресурс; находить информацию через социальные сети
	Владеть: готовностью работать в команде; способностью продвигать медиапроект через социальные сети

Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
Модуль 1. Экономическая история мировых СМИ	1. Системные трансформации СМИ во второй половине 20 века
	2. Стратегии развития крупного бизнеса на информационно-коммуникационных рынках
Модуль 2. СМИ как отрасль современной экономики	3. Двойственная природа СМИ
	4. Индустрия СМИ в современной экономике
	5. Основные факторы становления медиаиндустрии
	6. СМИ как индустрия свободного времени
	7. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ
	8. Основные теории СМИ
Модуль 3. Концентрация в индустрии СМИ	9. Концентрация в индустрии СМИ в России
	10. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ
	11. Организационно-правовые формы в индустрии СМИ
Модуль 4. Аудитория СМИ	12. Аудитория как рынок
	13. Измерения аудитории: зарубежный опыт
Модуль 5. Продвижение медиапродукта как элемент медиамаркетинга	14. Сущность и основные термины медиапланирования
	15. Основные принципы бизнес-планирования
	16. SWOT-анализ деятельности редакции
	17. Медиамаркетинг
	18. Медиапланирование
	19. Комплекс продвижения в системе маркетинговых коммуникаций. Виды сегментирования аудитории медиа
	20. Реклама и связи с общественностью в системе продвижения медиа. Информационный аудит
	21. Этапы построения программы продвижения медиапродукта
	22. Продвижение медиапродукта как элемент

	медиамаркетинга
	23.Оценка эффективности в связях с общественностью
	24. Особенности медиаменеджмента
	25.Профессиональный стандарт редактора. Должностные инструкции
	26.Принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса

Общая трудоемкость дисциплины (учебного курса) – 2 ЗЕТ.

4. Структура и содержание дисциплины (учебного курса) «Экономика и менеджмент СМИ»

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы							Необходимые материально- технические ресурсы	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)	Рекомендуемая литература (№)
		Контактная работа (в часах)					Самостоятельная работа				
		всего			в т.ч. в индивидуальной	Формы проведения лекций, лабораторных, практических занятий, методы обучения, реализующие применяемую образовательную технологию	в часах	Формы организации самостоятельной работы			
		лекций	лабораторных	практических							
Модуль 1. СМИ как отрасль экономики	Тема 1. Системные трансформации СМИ во второй половине 20 века.	2				№1.Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа- обеспечение		1,2,3,7,8
	Тема 2. Стратегии развития крупного бизнеса на информационно- коммуникационных рынках			2		№2.Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа- обеспечение	Собеседование	1,2,3,7,8
	Тема3. Двойственная природа СМИ	2				№3. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа- обеспечение		1,2,3,7,8
	Тема 4. Индустрия СМИ в современной экономике			2	2	№4. Практическое занятие, технология критического мышления, демонстрационный метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиаобеспечение	Решение кейс- задачи	1,2,3,7,8

Тема5. Основные факторы становления медиаиндустрии			2		№5. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиаобеспечение	Собеседование	1,5,7,8
Тема 6. СМИ как индустрия свободного времени			2		№6. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	3	Подготовка докладов	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,5,7,8
Тема7. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ			2	2	№7. Практическое занятие, технология развития критического мышления, демонстрационный метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Доклады	1,5,7,8
Тема8. Основные теории СМИ	2				№8. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение		1,5,7,8
Тема9. Концентрация в индустрии СМИ в России			2		№9. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,5,7,8
Тема10. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ			2		№10. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,5,7,8

	Тема 11. Организационно-правовые формы в индустрии СМИ	2				№11. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение		1,5,7,8
	Тема 12. Аудитория как рынок	2				№12. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Подготовка доклада	Ноутбук. Медиа-обеспечение		1,5,7,8
	Тема 13. Измерения аудитории: зарубежный опыт			2	2	№13. Практическое занятие, технология развития критического мышления, демонстрационный метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Доклады	1,5,7,8
Модуль 2. Основы менеджмента СМИ	Тема 14. Основные принципы бизнес-планирования	2				№14. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение		1,5,7,8
	Тема 15. SWOT-анализ деятельности редакции	2				№15. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение		1,4,5,7,8
	Тема 16. Медиамаркетинг			2		№16. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8

							занятию			
	Тема 17. Медиапланирование	2				№17. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для ,4подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа- обеспечение		4

				2		№18. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	4
	Тема 18. Профессиональный стандарт редактора. Должностные инструкции			2		№19. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8
				2		№20. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8
	Тема 19. Профессиональный стандарт корреспондента. Должностные инструкции			2		№21. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8
				2		№22. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8
	Тема 20. Принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса	2				№23. Лекция, технология традиционного обучения, словесный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8

				2		№24. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	1	Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8
	Тема 21. Транспрофессионализм и надпрофессиональные компетенции			2		№25. Практическое занятие, технология традиционного обучения, практический метод	3	Подготовка доклада	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Собеседование	1,4,5,7,8
				2	2	26. Практическое занятие, технология развития критического мышления, демонстрационный метод		Выполнение практического задания. Ответы на вопросы для подготовки к практическому занятию	Ноутбук. Медиа-обеспечение	Доклады	1,4,5,7,8
Итого:		18		34	8		20				
		52									
		72									

5. Критерии и нормы текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
Собеседование	Допускаются все	<ul style="list-style-type: none"> – оценка «отлично» выставляется студенту, если ответы системны, аргументированы, основаны на изложении теоретического материала основной и дополнительной литературы – оценка «хорошо» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, аргументированы, основаны на изложении теоретического материала основной и дополнительной литературы; наличие единичных ошибок в использовании научной терминологии;

		<p>– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, но недостаточно аргументированы, основаны на изложении теоретического материала основной литературы; наличие ошибок в использовании научной терминологии;</p> <p>– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответы не системны, не логичны, не аргументированы; студент демонстрирует неумение ориентироваться в основных понятиях темы; использует минимум обязательной терминологии, допускает существенные стилистические и логические ошибки</p>
Доклад (индивидуальное задание)	Допускаются все	<p>– оценка «отлично» выставляется, если студент освоил теоретический материал основной и дополнительной литературы и подготовил на его основе логически структурированный доклад с презентацией; продемонстрировал умение отвечать на проблемные вопросы; в презентации есть примеры, иллюстрирующие все положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %;</p> <p>– оценка «хорошо» выставляется, если студент освоил теоретический материал основной литературы и подготовил на его основе логически структурированный доклад с презентацией; продемонстрировал умение отвечать на проблемные вопросы; в презентации есть примеры, иллюстрирующие основные положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %;</p> <p>– оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент освоил минимум теоретического материала основной литературы и подготовил на его основе сжатый, но структурированный доклад с презентацией; не продемонстрировал умения отвечать на проблемные вопросы; в презентации мало примеров, иллюстрирующих основные положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %;</p> <p>– оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не освоил теоретический материал основной литературы; подготовил сжатый и плохо структурированный доклад без презентации или представил</p>

		чужую презентацию из сети интернет; не продемонстрировал умения отвечать на вопросы; в презентации нет примеров, иллюстрирующих основные положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %
Решение кейс-задачи	Допускаются все	<ul style="list-style-type: none"> – оценка «отлично» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, аргументированы; – оценка «хорошо» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, аргументированы; наличие единичных ошибок в использовании терминологии и/или методов; – оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, но недостаточно аргументированы; наличие ошибок в использовании терминологии; – оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответы не системны, не логичны, не аргументированы; студент допускает существенные стилистические и логические ошибки

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки	
Зачет в устной форме	Допускаются студенты, представившие и защитившие не менее двух докладов	«зачтено»	Развернутый ответ на вопросы: свободное владение материалом; знание источников научной и учебно-методической информации
		«не зачтено»	Отсутствие правильных ответов на вопросы, грубые ошибки в формулировках определений понятий, неспособность ответить на дополнительные (наводящие) вопросы

6. Критерии и нормы оценки курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены.

7. Примерная тематика докладов

№ п/п	Темы
СМИ как отрасль экономики	
1.	Понятие современной медиаэкономики как многокомпонентной системы
2.	Типы потребностей, изучаемых в медиаэкономике
3.	Основные рынки СМИ
4.	Общественное телевидение, основные принципы организации
5.	СМИ индивидуального потребления
6.	Основные доходные и расходные статьи бюджета газеты
7.	Экономический смысл таблоидизации. Особенности, формы и воздействие на общество
8.	Экономические особенности издания бесплатных информационных газет
9.	СМИ и социальные медиа. Конвергенция и взаимообогащение. Форматы, платформы, методики работы
10.	Изменение ключевых компетенций журналиста в мультимедийную эпоху
11.	Проблема платного контента: понятие, обзор практик, перспективы
12.	Природа медиаиндустрии
13.	Тенденции развития медиаиндустрии в 21 веке
14.	Медиахолдинг как организационно-правовая форма современного медиапредприятия
15.	Аудитория СМИ: понятие и характеристики. Аудитория как рынок. Стоимость аудитории
16.	Функции и организационная структура медиаизмерений
17.	Методы и технологии рейтинговых измерений
18.	Трансформация медиандустрии: причины, тенденции
Основы менеджмента СМИ	
19.	Связь рекламы и рейтингов. Рекламный рынок в РФ, политика и позиционирование
20.	Специфика изменения телеаудитории (рейтинги) для национальных, региональных и местных каналов
21.	Продвижение печатных СМИ
22.	Технологии, используемые в продвижении медиа
23.	Рекламная политика СМИ
24.	Продвижение издания в социальных сетях. Опыт и перспективы
25.	Сравнительный анализ имиджа двух российских изданий
26.	Позиционирование и продвижение имиджа руководителя интернет-СМИ
27.	Позиционирование и продвижение имиджа СМИ
28.	Создание информационных поводов для освещения деятельности организации
29.	Блоги политических лидеров как инструмент коммуникации
30.	Коммуникации в формировании бренда территорий
31.	Социальные сети как инструменты политической рекламы
32.	Проблемы скрытой рекламы
33.	Реклама в СМИ: способы сосуществования с основной информацией
34.	Способы анализа эффективности рекламы
35.	Фокус-группа как социологический метод корректировки рекламной кампании:

	достоинства и недостатки
36.	Транспрофессионализм редактора современного СМИ

8. Вопросы к зачету

№ п/п	Вопросы
1.	Понятие современной медиаэкономики как многокомпонентной системы. Основные рынки СМИ
2.	Типы рыночных структур, характерные для современного медиарынка
3.	Основные доходные и расходные статьи медиа
4.	СМИ и социальные медиа. Конвергенция и взаимообогащение. Форматы, платформы, методики работы.
5.	Природа медиаиндустрии. Понятие СМИ и медиа
6.	Основные компоненты бизнес-моделирования
7.	Экономический смысл таблоидизации. Особенности, формы и воздействие на общество
8.	Методы исследований аудитории для редакции. Отличия в подходах к исследованию аудитории в России и за рубежом
9.	Медиахолдинг как организационно-правовая форма современного медиапредприятия
10.	Аудитория СМИ: понятие и характеристики. Аудитория как рынок. Стоимость аудитории
11.	Функции и организационная структура медиаизмерений
12.	Методы и технологии рейтинговых измерений
13.	Региональные медиакомпании, основные тенденции развития
14.	Продвижение печатных СМИ
15.	Рекламная политика СМИ
16.	Продвижение издания в социальных сетях. Опыт и перспективы
17.	Основные понятия медиапланирования: охват, рейтинг, средний рейтинг, совокупный рейтинг, пункт рейтинга, частота воздействия, количество контактов, средняя аудитория одного номера
18.	Тенденции развития медиаиндустрии в 21 веке
19.	Трансформация медиаиндустрии: причины, тенденции
20.	Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций редакции
21.	Сегментирование. Целевая аудитория и группы общественности. Способы изучения аудитории медиа
22.	СМИ как аудитория связей с общественностью
23.	Позиционирование СМИ: сущность, основные принципы. Роль СО в позиционировании медиа
24.	Репутационный (символический) капитал как экономическая категория
25.	Методы оценки эффективности программы продвижения медиа
26.	Планирование информационных поводов
27.	Профессиональный стандарт редактора
28.	Типы потребностей аудитории в СМИ
29.	Профессиональный стандарт корреспондента
30.	Смысловое позиционирование новостей
31.	Виды корпоративных средств информации в практике внутренних коммуникаций
32.	Сущность медиамаркетинга
33.	Реклама в СМИ: способы сосуществования с основной информацией
34.	Социальные сети как инструменты продвижения медиа

35.	Скрытая реклама в СМИ
36.	Нативная реклама: перспективы использования
37.	Принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса
38.	Финансирование СМИ
39.	СМИ как социальный институт
40.	СМИ как предприятие

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

9.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Модуль 1. СМИ как отрасль экономики	ОПК-11 ПК-5 ОК-4	Собеседование Ситуационные задания на основе кейс-задачи Доклады
2	Модуль 2. Основы менеджмента СМИ	ОПК-11 ПК-5	Собеседование Доклады

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

9.2.1. Собеседование

1. Собеседование

Тема 2. «Стратегии развития крупного бизнеса на информационно-коммуникационных рынках»

Перечень заданий

1. Перечислить и обосновать причины роста потребительских расходов на продукты и услуги СМИ во второй половине 20 века.

2. Перечислить отрасли, наиболее удачно использовавшие возможности для сегментирования аудитории.

3. Перечислить процессы дерегулирования экономики, которые отразились на глобальных и национальных рынках СМИ,

4. Перечислить основные факторы, определившие развитие индустрии СМИ.

5. Перечислить функции, выполняемые СМИ в ходе становления рыночного общества.

6. Перечислить и привести примеры возможностей, которые открыл для СМИ научно-технический прогресс.

7. Охарактеризовать понятия «глобальная экономика», «глобальные технологии», «глобальное содержание».

8. Охарактеризовать понятия «глобальное распространение» и «глобальная медиасимволика».

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответы системны, аргументированы, основаны на изложении теоретического материала основной и дополнительной литературы;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, аргументированы, основаны на изложении теоретического материала основной и дополнительной литературы; наличие единичных ошибок в использовании научной терминологии;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, но недостаточно аргументированы, основаны на изложении теоретического материала основной литературы; наличие ошибок в использовании научной терминологии;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответы не системны, не логичны, не аргументированы; студент демонстрирует неумение ориентироваться в основных понятиях темы; использует минимум обязательной терминологии, допускает существенные стилистические и логические ошибки.

9.2.2. Доклад**1. Темы докладов:**

СМИ как отрасль экономики
Понятие современной медиаэкономики как многокомпонентной системы
Типы потребностей, изучаемых в медиаэкономике
Основные рынки СМИ
Общественное телевидение, основные принципы организации
СМИ индивидуального потребления
Основные доходные и расходные статьи бюджета газеты
Экономический смысл таблоидизации. Особенности, формы и воздействие на общество
Экономические особенности издания бесплатных информационных газет
СМИ и социальные медиа. Конвергенция и взаимообогащение. Форматы, платформы, методики работы
Изменение ключевых компетенций журналиста в мультимедийную эпоху
Проблема платного контента: понятие, обзор практик, перспективы
Природа медиаиндустрии
Тенденции развития медиаиндустрии в 21 веке
Медиахолдинг как организационно-правовая форма современного медиапредприятия
Аудитория СМИ: понятие и характеристики. Аудитория как рынок. Стоимость аудитории
Функции и организационная структура медиаизмерений
Методы и технологии рейтинговых измерений
Трансформация медиаиндустрии: причины, тенденции
Основы менеджмента СМИ
Связь рекламы и рейтингов. Рекламный рынок в РФ, политика и позиционирование
Специфика изменения телеаудитории (рейтинги) для национальных, региональных и местных каналов
Продвижение печатных СМИ
Технологии, используемые в продвижении медиа
Рекламная политика СМИ

Продвижение издания в социальных сетях. Опыт и перспективы
Сравнительный анализ имиджа двух российских изданий
Позиционирование и продвижение имиджа руководителя интернет-СМИ
Позиционирование и продвижение имиджа СМИ
Создание информационных поводов для освещения деятельности организации
Блоги политических лидеров как инструмент коммуникации
Коммуникации в формировании бренда территорий
Социальные сети как инструменты политической рекламы
Проблемы скрытой рекламы
Реклама в СМИ: способы сосуществования с основной информацией
Способы анализа эффективности рекламы
Фокус-группа как социологический метод корректировки рекламной кампании: достоинства и недостатки
Транспрофессионализм редактора современного СМИ

2. Критерии оценки:

– оценка «отлично» выставляется, если студент освоил теоретический материал основной и дополнительной литературы и подготовил на его основе логически структурированный доклад с презентацией; продемонстрировал умение отвечать на проблемные вопросы; в презентации есть примеры, иллюстрирующие все положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %;

– оценка «хорошо» выставляется, если студент освоил теоретический материал основной литературы и подготовил на его основе логически структурированный доклад с презентацией; продемонстрировал умение отвечать на проблемные вопросы; в презентации есть примеры, иллюстрирующие основные положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %;

– оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент освоил минимум теоретического материала основной литературы и подготовил на его основе сжатый, но структурированный доклад с презентацией; не продемонстрировал умения отвечать на проблемные вопросы; в презентации мало примеров, иллюстрирующих основные положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент не освоил теоретический материал основной литературы; подготовил сжатый и плохо структурированный доклад без презентации или представил чужую презентацию из сети интернет; не продемонстрировал умения отвечать на вопросы; в презентации нет примеров, иллюстрирующих основные положения доклада; оригинальность текста по результатам проверки в системе «Антиплагиат» – не менее 25 %

9.2.3. Кейс-задача

1. Тема: «Индустрия СМИ в современной экономике»

Задание

Студенты разбиваются на группы по пять человек. Каждая группа изучает и анализирует одну главу отраслевого доклада Министерства печати и массовой коммуникации о состоянии дел в отрасли российских медиа (интернет, печатная пресса, радио, книгоиздание, полиграфия).

Процедура оценивания

Кейс-задание выполняется студентами на занятии, в группах по 3-5 человек. На его выполнение отводится 30 минут, за которые группа должна изучить и проанализировать главу отраслевого доклада Министерства печати и массовой коммуникации о состоянии дел в отрасли российских медиа (интернет, печатная пресса, радио, книгоиздание, полиграфия). По истечении 30 минут группы готовят доклады, в которых представляют основные проблемы и тренды в обозначенной сфере.

Оценки выставляются в конце занятия.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, аргументированы;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, аргументированы; наличие единичных ошибок в использовании терминологии и/или методов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если ответы системны, логичны, но недостаточно аргументированы; наличие ошибок в использовании терминологии;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответы не системны, не логичны, не аргументированы; студент допускает существенные стилистические и логические ошибки.

10. Образовательные технологии и методические указания по освоению дисциплины (учебного курса)

В данной дисциплине используются следующие образовательные технологии:

- технология традиционного обучения: организация учебного процесса, основанного на лекционно-практической и зачетной формах обучения (лекции и практические занятия: 1-3, 5, 6-12, 14-25).
- технологии развития критического мышления – организация учебного процесса, при которой студенты проверяют, анализируют, получаемую информацию с целью развития когнитивных умений и навыков (4, 7, 13, 26).

Подготовка по данной дисциплине предполагает изучение как общих, так и частных аспектов деятельности в СМИ. Частными, но очень важными в управленческой деятельности аспектами являются медиаэкономика и медамаркетинг.

Изучение медиаэкономики и медамаркетинга предполагает не столько усвоение лекционного материала, сколько самостоятельную работу студентов, результаты которой они демонстрируют на практических занятиях, при написании докладов и во время промежуточной аттестации. Подготовка к практическим занятиям должна включать изучение дополнительной литературы, содержащей конкретный материал по теме.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (учебного курса)

11.1. Обязательная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Количество в библиотеке
1	Маркина, Ю. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения [электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Маркина, В.В. Хорольский. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 263 с.	Учебное пособие	ЭБС Znanium.com
2	Евдокимов, В. А. Массмедиа как сфера применения политических технологий [электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 230 с.	Учебное пособие	ЭБС Znanium.com
3	Мухаев, Р. Т. Медиаполитика [электронный ресурс] : учебник / Р.Т. Мухаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 401 с.	Учебник	ЭБС Znanium.com
4	Бужин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бужин, Т. С. Бузина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с.	Учебное пособие	ЭБС Znanium.com

11.2. Дополнительная литература и учебные материалы (аудио-, видеопособия и др.)

- фонд научной библиотеки ТГУ:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Количество в библиотеке
5	Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство [электронный ресурс] : монография / И.В. Фотиева, Т.А.	Монография	ЭБС Znanium.com

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Количество в библиотеке
	Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с.		
6	Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере [электронный ресурс] : монография / О.И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 241 с.	Монография	ЭБС Znanium.com
7	Шелонаев, С. И. Медиаэкономика [электронный ресурс] : учебное пособие / С. И. Шелонаев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 60 с.	Учебное пособие	ЭБС IPRbooks
8	Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике [электронный ресурс] : учебное пособие / С. И. Бессонов ; под редакцией В. Ф. Олешко. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 124 с.	Учебное пособие	ЭБС IPRbooks

СОГЛАСОВАНО

Директор научной библиотеки _____ А.М. Асаева

«__» _____ 20__ г.

МП

- другие фонды:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Место хранения (методический кабинет кафедры, городские библиотеки и др.)
9	Тараканова, Н.И. Экономика и менеджмент СМИ : учебно-методическое пособие по изучению дисциплины [рукопись; с рецензией кафедры]. – Тольятти: ТГУ, 2021	Учебно-методическое пособие	Методический кабинет кафедры «Журналистика»

11.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

1. Cambridge university press [Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge : Cambridge university press, 2018. – Режим доступа: <https://www.cambridge.org/> – англ. с экрана. – Яз. англ.
2. Elibrary [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. NEICON [Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОН, 2002. – Режим доступа: <https://arch.neicon.ru/xmlui/>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
4. Scopus [Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
5. Springer Link [Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland : Springer Nature, 1842. – Режим доступа: <https://link.springer.com/> – Загл. с экрана. – Яз. англ.
6. Web of Science [Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia : Clarivate Analytics, 2016. – Режим доступа : <https://login.webofknowledge.com/error/Error?Src=IP&Alias=WOK5&Error=IPError&Params=%26Error%3DClient.NullSessionID&PathInfo=%2F&RouterURL=https%3A%2F%2Fwww.webofknowledge.com%2F&Domain=.webofknowledge.com>. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
7. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]: база данных. – Режим доступа: <https://wciom.ru/database/>
8. КиберЛенинка: научная электронная библиотека открытого доступа. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/about>
9. Медиалогия [Электронный ресурс]: автоматическая система мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/>
10. Яндекс.Новости [Электронный ресурс] : служба автоматической обработки и систематизации новостей. – Режим доступа: <https://yandex.ru/news/smi>

1. Акценты : альманах факультета журналистики Воронежского государственного университета. – Режим доступа: <http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>
2. Вестник Воронежского государственного университета Серия: «Филология. Журналистика» [Электронный ресурс] : научный журнал Воронежского государственного университета – Режим доступа: <http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>
3. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : научный журнал. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
4. Вестник электронных и печатных СМИ : профессиональный журнал. – Режим доступа: <http://www.ipk.ru/nauka/vestnik-smi/archive>
5. Журналист: ежемесячный журнал для профессионалов. – Режим доступа: www.journalist-virt.ru/
6. Меди@льманах : некоммерческое академическое издание. – Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac/>
7. Медиаскоп : электронный продолжающийся научный журнал факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>

11.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Количество лицензий	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1.	Windows	1398	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2.	OfficeStandard	1398	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

11.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др.	Пло щадь, м2	Коли чест во поса дочн ых мест
1	УЛК-612 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации	Столы (моноблок) ученические двухместные, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная	Российская Федерация, 445020, Самарская область, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 16-В	53	42
2	Лаборатория радиомонтажа УЛК-605	Столы ученические, станции нелинейного монтажа, стол преподавательский, стулья ученические	Российская Федерация, 445020, Самарская область, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 16-В	33	12

3	<p>УЛК-601</p> <p>Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Доска аудиторная (меловая), Столы ученические двухместные, стулья ученические, ПК, видеоманитон, телевизор</p>	<p>Российская Федерация, 445020, Самарская область, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 16-В</p>	37,9	12
4	<p>УЛК-501</p> <p>Телестудия. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная аудитория для проведения курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стулья преподавательский, стул, доска аудиторная (маркер), трибуна</p>	<p>Российская Федерация, 445020, Самарская область, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 16-В</p>	33,6	24

5	Г-401 Помещение для самостоятельной работы	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет	Российская Федерация, 445020, Самарская область, г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14	84,8	16
---	--	--	--	------	----