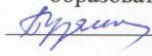


**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
инклюзивного высшего образования
«Московский государственный гуманитарно-экономический университет»**

Факультет социологии и журналистики
Кафедра журналистики и редакционно-издательских технологий

УТВЕРЖДАЮ
И.о. проректора по организации
образовательной деятельности
 Пузанкова Е.Н.
«30» августа 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

образовательная программа направления подготовки
42.03.02 Журналистика

Б1.0.27 Обязательная часть

Профиль подготовки
Интернет-журналистика

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения очная


Курс 2 семестр 4

Москва

2019

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 524 от 08 июня 2017 г. Зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 года № 47219.


Составитель рабочей программы: МГГЭУ, доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий Лебедева С.Э.


Лебедева С.Э. «23» _____ 2019 г.
 Подпись ФИО Дата

Рецензент: МГГЭУ, доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий Вакку Г.В.


Вакку Г.В. «23» _____ 2019 г.
 Подпись ФИО Дата

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий (протокол №1 от «26» августа 2019 г.)

Зав. кафедрой  _____ Тюрина Л.Г. _____ 26 августа 2019 г.
 подпись ФИО Дата

СОГЛАСОВАНО

Начальник
 Учебного отдела
 «26» _____ 2019 г. _____ Дмитриева И.Г.
 дата подпись ФИО

СОГЛАСОВАНО

Декан
 факультета
 «26» _____ 2019 г. _____ Царькова Л.В.
 дата подпись ФИО

СОГЛАСОВАНО

Заведующий библиотекой
 «26» _____ 2019 г. _____ Ахтырская В.А.

РАССМОТРЕНО
 ОДОБРЕНО И
 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИМ
 СОВЕТОМ МГГЭУ
 Пр. 08 «30» 08 19

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

- 1.1. Цель и задачи изучения учебной дисциплины (модуля)
- 1.2. Требования к результатам освоения дисциплины
- 1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы направления подготовки

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы в соответствии с формами обучения
- 2.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)
- 2.3. Разделы дисциплин и виды занятий
- 2.4. Планы теоретических (лекционных) занятий
- 2.5. Планы практических (семинарских) занятий
- 2.6. Планы лабораторных работ
- 2.7. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОВЗ (ПОДА)

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- 5.1. Перечень основной литературы
- 5.2. Перечень дополнительной литературы
- 5.3. Программное обеспечение
- 5.4. Электронные ресурсы

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7. ОЦЕНКА КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Приложение 1

Методические рекомендации для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модулю)

Приложение 2

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю)

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цель и задачи изучения учебной дисциплины (модуля)

Цели:

подготовка специалиста, владеющего знаниями, умениями и навыками экономического анализа в области средств массовой информации, в ее основных формах и конкретных видах информационно-управленческой деятельности.

Задачи:

- выработать у обучающихся понимание экономических механизмов деятельности СМИ;
- дать обучающимся знание основных форм и видов информационно-управленческой деятельности современных средств массовой информации.

1.2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные (УК), общепрофессиональные (ОПК), профессиональные (ПК) – в соответствии с ФГОС 3++

Код компетенции	Содержание Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций
УК-2	способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: круг задач в рамках поставленной цели и оптимальные способы их решения Уметь: - выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть: - кругом задач в рамках поставленной цели и правовыми нормами, знаниями об имеющихся ресурсах и ограничениях
ОПК-5	способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать: - основные психологические закономерности социальной перцепции и влияния; - психологические факторы эффективности журналистской деятельности; - социально-психологические условия совершенствования профессиональной деятельности; - виды и разновидности конфликтов; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: - проводить социально-психологический анализ результативности профессиональной

		деятельности; - выявлять причины, предпосылки формирования конфликтов и находить адекватные формы для их отражения в медиа; - выявлять причины, предпосылки формирования конфликтов и находить адекватные формы для их отражения в медиа Владеть: - навыками анализа социально-психологических особенностей аудитории; - навыками разрешения конфликтных ситуаций навыками разрешения конфликтных ситуаций
ПК-4	организация работы подразделения СМИ	

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы направления подготовки

Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент в СМИ» относится к базовой части Блока 1, изучается в 4 семестре (2 курс).

Для изучения данной учебной дисциплины необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым в общеобразовательной школе дисциплинами: «Экономика», «Основы рекламы и публичных отношений в СМИ», «Основы медиапланирования».

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы в соответствии с формами обучения

Объем дисциплины «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации» составляет 2 зачетных единицы/ 72 часа:

Вид учебной работы	Всего, часов	
	Очная форма	всего
Аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего в том числе:	30	30
Лекции	12	12
Установочная лекция		
Практические занятия	18	18
Лабораторные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся	42	42
Промежуточная аттестация (подготовка и сдача), всего:		
Контрольная работа		
Курсовая работа		
Зачет	+	+
Экзамен		
Итого:	72 (2 ЗЕ)	72 (2 ЗЕ)
Общая трудоемкость учебной дисциплины (в часах,		

зачетных единицах)		
--------------------	--	--

2.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (тематика занятий)	Формируемые компетенции (индекс)
1	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	<p>Роль экономического фактора в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Средства массовой информации и информационный рынок.</p> <p>Журналистская информация как товар на информационном рынке. Экономические цели редакции. Информационный рынок: структура, закономерности формирования и развития. Факторы формирования информационного рынка.</p> <p>Финансовый рынок. Рынок рабочей силы (труда). Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов. Рынок информации и идей. Рынок периодических изданий.</p> <p>Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Правовые предпосылки основания периодического издания. Отношения учредителя, издателя, редакции, владельца имущества</p>	УК-2
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	<p>Экономические предпосылки. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовая политика редакции. Финансовая база издания</p>	УК-2, ОПК-5
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	<p>Основы редакционно-издательского маркетинга. Особенности маркетинга, его цели, задачи и направления. Изучение рынка периодических изданий.</p> <p>Анализ спроса. Определение цены. Позиционирование в сегменте рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинговая служба редакции. «Торговая марка», «бренд» и их продвижение на рынок</p>	УК-6, ОПК-5, ПК-6
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	<p>Маркетинговые коммуникации. Инновации. Методы маркетинга. Особенности маркетинга электронных</p>	УК-2, ОПК-5

		СМИ	
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	Функции менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности	УК-6, ПК-6
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом	Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы деятельности телерадиокомпании и информационного агентства. Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе. Стили управления. Менеджмент и периодическое издание. Стратегии антикризисного управления. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон	УК-2

2.3. Разделы дисциплин и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего часов	Формы текущего контроля успеваемости
1	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	2	4	8	14	Круглый стол Кейс-задача
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	2	2	8	12	Коллоквиум Кейс-задача
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	2	4	8	14	Коллоквиум-собеседование Кейс-задача
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	2	2	6	10	Коллоквиум-собеседование Кейс-задача
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	2	2	6	10	Диспут с элементами коллоквиума Кейс-задача
6	Тема 6. Управление	2	4	6	12	Фронтальный

	редакционным коллективом					ый опрос Кейс-задача
	зачет					
	ИТОГО	12	18	42	72	

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего часов	Формы текущего контроля успеваемости
1	Тема 1. Журналистика и экономический фактор					Круглый стол Кейс-задача
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе					Коллоквиум Кейс-задача
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга					Коллоквиум-собеседование Кейс-задача
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке					Коллоквиум-собеседование Кейс-задача
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента					Диспут с элементами коллоквиума Кейс-задача
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом					Фронтальный опрос Кейс-задача
	ИТОГО					

2.4. Планы теоретических (лекционных) занятий

2.5.

Очная форма обучения

№	Наименование тем лекций	Кол-во часов в 4 семестре
	4 семестр	12
1	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	2
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	2
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	2
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	2
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	2
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом	2

Заочная форма обучения

№	Наименование тем лекций	Кол-во часов в семестре
1.	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом	

2.6. Планы практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№	Наименование тем лекций	Кол-во часов в 4 семестре
	4 семестр	18
1.	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	4
2.	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	2
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	4
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	2
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	2
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом	4

Заочная форма обучения

№	Наименование тем лекций	Кол-во часов в семестре
1.	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	
3	Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом	

3. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОВЗ (ПОДА)

При организации обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ (ПОДА) обеспечиваются следующие необходимые условия:

- учебные занятия организуются исходя из психофизического развития и состояния здоровья лиц с ОВЗ совместно с другими обучающимися в общих группах, а также индивидуально, в соответствии с графиком индивидуальных занятий;
- при организации учебных занятий в общих группах используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений, создания комфортного психологического климата в группе;

- в процессе образовательной деятельности применяются материально-техническое оснащение, специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, электронные образовательные ресурсы в адаптированных формах.
- подбор и разработка учебных материалов преподавателями производится с учетом психофизического развития и состояния здоровья лиц с ОВЗ;
- использование элементов дистанционного обучения при работе со студентами, имеющими затруднения с моторикой;
- обеспечение студентов текстами конспектов (при затруднении с конспектированием);
- использование при проверке усвоения материала методик, не требующих выполнения рукописных работ или изложения вслух (при затруднениях с письмом и речью) – например, тестовых бланков.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, на электронном носителе, в печатной форме увеличенным шрифтом и т.п.);
2. Доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа);
3. Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно, др.).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Тематический план учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

№№ п/п	Тема дисциплины	Вид самостоятельной деятельности	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся
1	2	3	4
1	Тема 1. Журналистика и экономический фактор	Подготовка информационного сообщения	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: подготовка небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения; • несет новизну; • отражает современный взгляд по определенным проблемам; • отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами; • возможно письменное оформление задания, включающего элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию). <p>Регламент времени на озвучивание сообщения: до 5 мин.</p> <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собрать и изучить литературу по теме; • составить план или графическую структуру сообщения; • выделить основные понятия; • ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения; • оформить текст письменно (если требуется); • сдать на контроль преподавателю и озвучить в установленный срок. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • актуальность темы; • соответствие содержания теме; • глубина проработки материала;

			<ul style="list-style-type: none"> • грамотность и полнота использования источников; • наличие элементов наглядности
		<p>Подготовка диаграммы по теме: «Экономические факторы развития современного медиапространства»</p>	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т. д.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • второстепенные детали описательного характера опускаются; • рисунки носят чаще схематичный характер; • в них выделяются и обозначаются общие элементы, их топографическое соотношение; • рисунком может быть отображение действия, что способствует наглядности и, соответственно, лучшему запоминанию алгоритма; • схемы и рисунки широко используются в заданиях на практических занятиях в разделе самостоятельной работы; • эти задания могут даваться всем обучающимся как обязательные для подготовки к практическим занятиям. <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить информацию по теме; • создать тематическую схему, иллюстрацию, график, диаграмму; • представить на контроль в установленный срок. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соответствие содержания теме; • правильная структурированность информации; • наличие логической связи изложенной информации; • аккуратность выполнения работы; • творческий подход к выполнению задания; • соблюдение сроков выполнения работ.
2	Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе	Подготовка информационного сообщения «Актуальные проблемы	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: подготовка небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии.</p> <p>Специфика работы:</p>

		<p>собственности медиабизнесе»</p> <p style="text-align: right;">в</p>	<ul style="list-style-type: none"> • сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения; • несет новизну; • отражает современный взгляд по определенным проблемам; • отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами; • возможно письменное оформление задания, включающего элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию). <p>Регламент времени на озвучивание сообщения: до 5 мин.</p> <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собрать и изучить литературу по теме; • составить план или графическую структуру сообщения; • выделить основные понятия; • ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения; • оформить текст письменно (если требуется); • сдать на контроль преподавателю и озвучить в установленный срок. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • актуальность темы; • соответствие содержания теме; • глубина проработки материала; • грамотность и полнота использования источников; • наличие элементов наглядности
		<p>Подготовка презентаций по темам: «Принципы функционирования современного информационного пространства», «Медиаорганизация и</p> <p style="text-align: right;">по</p>	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: создание наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа требует координации навыков обучающегося по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде; • создание материалов презентаций расширяет методы и средства обработки

		<p>принципы медиабрендинга»</p>	<p>и представления учебной информации, формирует у обучающихся навыки работы на компьютере;</p> <ul style="list-style-type: none"> • материалы-презентации готовятся обучающимися в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint; • в качестве материалов презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций; • одной из форм задания может быть реферат-презентация; • данная форма выполнения самостоятельной работы отличается от написания реферата и доклада тем, что обучающийся результаты своего исследования представляет в виде презентации; • серией слайдов обучающийся передаёт содержание темы своего исследования, её главную проблему и социальную значимость; • слайды позволяют значительно структурировать содержание материала и, одновременно, заостряют внимание на логике его изложения; • происходит постановка проблемы, определяются цели и задачи, формулируются вероятные подходы её разрешения; • слайды презентации должны содержать логические схемы реферируемого материала; • обучающийся при выполнении работы может использовать картографический материал, диаграммы, графики, звуковое сопровождение, фотографии, рисунки и др.; • каждый слайд должен быть аннотирован, то есть он должен сопровождаться краткими пояснениями того, что он иллюстрирует; • во время презентации обучающийся имеет возможность делать комментарии, устно дополнять материал слайдов; • после проведения демонстрации слайдов реферата обучающийся должен дать личную оценку социальной значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы. <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> • установить логическую связь между элементами темы; • представить характеристику элементов в краткой форме; • выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; • оформить работу и предоставить к установленному сроку. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соответствие содержания теме; • правильная структурированность информации; • наличие логической связи изложенной информации; • эстетичность оформления, его соответствие требованиям; • работа представлена в срок
3	Тема 3. Основы редакционно- издательского маркетинга	Подготовка презентаций по темам: «Принципы функционирования современного информационного пространства», «Медиаорганизация и принципы медиабрендинга»	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: создание наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа требует координации навыков обучающегося по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде; • создание материалов презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у обучающихся навыки работы на компьютере; • материалы-презентации готовятся обучающимися в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint; • в качестве материалов презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций; • одной из форм задания может быть реферат-презентация; • данная форма выполнения самостоятельной работы отличается от написания реферата и доклада тем, что обучающийся результаты своего исследования представляет в виде презентации;

			<ul style="list-style-type: none"> • серией слайдов обучающийся передаёт содержание темы своего исследования, её главную проблему и социальную значимость; • слайды позволяют значительно структурировать содержание материала и, одновременно, заостряют внимание на логике его изложения; • происходит постановка проблемы, определяются цели и задачи, формулируются вероятные подходы её разрешения; • слайды презентации должны содержать логические схемы реферируемого материала; • обучающийся при выполнении работы может использовать картографический материал, диаграммы, графики, звуковое сопровождение, фотографии, рисунки и др.; • каждый слайд должен быть аннотирован, то есть он должен сопровождаться краткими пояснениями того, что он иллюстрирует; • во время презентации обучающийся имеет возможность делать комментарии, устно дополнять материал слайдов; • после проведения демонстрации слайдов реферата обучающийся должен дать личную оценку социальной значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы. <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное; • установить логическую связь между элементами темы; • представить характеристику элементов в краткой форме; • выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; • оформить работу и предоставить к установленному сроку. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соответствие содержания теме; • правильная структурированность информации; • наличие логической связи изложенной информации; • эстетичность оформления, его соответствие требованиям; • работа представлена в срок
4	Тема	4. Подготовка	Цель внеаудиторной самостоятельной работы: подготовка

<p>Маркетинговые коммуникации на медиарынке</p>	<p>информационного сообщения</p>	<p>небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения; • несет новизну; • отражает современный взгляд по определенным проблемам; • отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами; • возможно письменное оформление задания, включающего элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию). <p>Регламент времени на озвучивание сообщения: до 5 мин.</p> <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собрать и изучить литературу по теме; • составить план или графическую структуру сообщения; • выделить основные понятия; • ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения; • оформить текст письменно (если требуется); • сдать на контроль преподавателю и озвучить в установленный срок. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • актуальность темы; • соответствие содержания теме; • глубина проработки материала; • грамотность и полнота использования источников; • наличие элементов наглядности
	<p>Подготовка презентаций по темам: «Принципы функционирования современного</p>	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: создание наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа требует координации навыков обучающегося по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки

		<p>медиарынка»</p>	<p>материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде;</p> <ul style="list-style-type: none"> • создание материалов презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у обучающихся навыки работы на компьютере; • материалы-презентации готовятся обучающимися в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint; • в качестве материалов презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций; • одной из форм задания может быть реферат-презентация; • данная форма выполнения самостоятельной работы отличается от написания реферата и доклада тем, что обучающийся результаты своего исследования представляет в виде презентации; • серией слайдов обучающийся передаёт содержание темы своего исследования, её главную проблему и социальную значимость; • слайды позволяют значительно структурировать содержание материала и, одновременно, заостряют внимание на логике его изложения; • происходит постановка проблемы, определяются цели и задачи, формулируются вероятные подходы её разрешения; • слайды презентации должны содержать логические схемы реферируемого материала; • обучающийся при выполнении работы может использовать картографический материал, диаграммы, графики, звуковое сопровождение, фотографии, рисунки и др.; • каждый слайд должен быть аннотирован, то есть он должен сопровождаться краткими пояснениями того, что он иллюстрирует; • во время презентации обучающийся имеет возможность делать комментарии, устно дополнять материал слайдов; • после проведения демонстрации слайдов реферата обучающийся должен дать личную оценку социальной значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы. <p>Роль обучающегося:</p>
--	--	---------------------------	---

			<ul style="list-style-type: none"> • изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное; • установить логическую связь между элементами темы; • представить характеристику элементов в краткой форме; • выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; • оформить работу и предоставить к установленному сроку. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соответствие содержания теме; • правильная структурированность информации; • наличие логической связи изложенной информации; • эстетичность оформления, его соответствие требованиям; • работа представлена в срок
5	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	Составление сводной таблицы по теме: «Основные элементы редакционного менеджмента»	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: систематизация объемной информации, которая сводится (обобщается) в рамки таблицы.</p> <p>Специфика работы: формирование структуры таблицы отражает склонность обучающегося к систематизации материала и развивает его умения по структурированию информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • краткость изложения информации характеризует способность к ее свертыванию; • в рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал); • таблицы создаются как помощь в изучении большого объема информации, желая придать ему оптимальную форму для запоминания; • задание чаще всего носит обязательный характер, а его качество оценивается по качеству знаний в процессе контроля; • оформляется письменно. <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучить информацию по теме; • выбрать оптимальную форму таблицы; • информацию представить в сжатом виде и заполнить ею основные графы таблицы;

			<ul style="list-style-type: none"> • пользуясь готовой таблицей, эффективно подготовиться к контролю по заданной теме. <p>Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соответствие содержания теме; • логичность структуры таблицы; • правильный отбор информации; • наличие обобщающего (систематизирующего, структурирующего, сравнительного) характера изложения информации; • соответствие оформления требованиям; • работа сдана в срок
6	Тема 6. Управление редакционным коллективом	Подготовка информационного сообщения	<p>Цель внеаудиторной самостоятельной работы: подготовка небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии.</p> <p>Специфика работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения; • несет новизну; • отражает современный взгляд по определенным проблемам; • отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами; • возможно письменное оформление задания, включающего элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию). <p>Регламент времени на озвучивание сообщения: до 5 мин.</p> <p>Роль обучающегося:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собрать и изучить литературу по теме; • составить план или графическую структуру сообщения; • выделить основные понятия; • ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения; • оформить текст письменно (если требуется); • сдать на контроль преподавателю и озвучить в установленный срок. <p>Критерии оценки:</p>

			<ul style="list-style-type: none">• актуальность темы;• соответствие содержания теме;• глубина проработки материала;• грамотность и полнота использования источников;• наличие элементов наглядности
--	--	--	--

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

5.1 Перечень основной литературы

1. *Иваницкий, В. Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ: учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/424881>
2. *Баранова, Е. А.* Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — Москва :Издательство Юрайт, 2019. — 269 с. — (Бакалавр и магистр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3737-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426187>

5.2 Перечень дополнительной литературы

1. *Бобров, А. А.* Основы журналистской деятельности : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Бобров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 343 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-9916-9254-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437158>
2. *Зельдович, Б. З.* Управленческие решения в полиграфии : учебное пособие для вузов / Б. З. Зельдович, Н. М. Сперанская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 201 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11730-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457061>
3. *Мисонжников, Б. Я.* Введение в профессию: журналистика : учебное пособие для академического бакалавриата / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 190 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-534-10439-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/430024>

5.3 Электронные ресурсы

Электронная библиотека «Знаниум»: <https://new.znaniium.com>

Электронная библиотека «Юрайт»: <https://biblio-online.ru>

6. МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Сведения о материально-техническом обеспечении дисциплины

№п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	Аудитория №402	11 компьютеров Системный блок 1: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-4570 CPU @ 3.20GHz 8192 ОЗУ HDD Объем: 500 ГБ Монитор Benq G922HDA- 22 дюйма

		<p>Системный блок 2: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-4170 CPU @ 3.70GHz 4096 МБ ОЗУ; HDD Объем: 500 ГБ Монитор DELL 178FP</p> <p>Системный блок 3: Процессор Intel(R) Core(TM) i3-6100 CPU @ 3.70GHz 4096 МБ ОЗУ; SSD Объем: 120 ГБ Монитор Samsung 940NW Акустическая система 2.0 Интерактивная доска SmartBoard Проектор Epson EH-TW535W</p>
2	Аудитория №403	<p>Системный блок: Процессор Intel® Pentium®Dual-Core E2180 2048 ОЗУ; 320 HDD Монитор АОС 2470W Проектор Epson EH-TW5300 с акустической системой</p>
3	Аудитория №405	<p>Системный блок: Процессор Intel® Pentium®Dual-Core E2180 2048 ОЗУ; 320 HDD Монитор АОС 2470W Проектор Epson EH-TW5300 с акустической системой</p>
4	Аудитория №302	<p>11 компьютеров Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i3-2100 CPU @ 3.10GHz 4096 МБ ОЗУ; HDD Объем: 320 ГБ Монитор Acer P206HL - 20 дюймов Акустическая система Sven Интерактивная доска SmartBoard Проектор Epson EH-TW535W</p>
5	Аудитория №303	<p>Системный блок: Процессор Intel® Pentium®Dual-Core E5200 2048 ОЗУ; 320 HDD Монитор Samsung SyncMaster 940NW Акустическая система Sven Проектор Nec M260W</p>
6	Аудитория №305	<p>Системный блок: Процессор Intel® Core™2 Duo E8500 2048 ОЗУ; 250 HDD Монитор Samsung SyncMaster 940NW Акустическая система Sven Проектор Nec M260W</p>
7	Аудитория №306	<p>12 компьютеров Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-2400 CPU @ 3.10GHz 8192 ОЗУ; HDD Объем: 500 ГБ Монитор DELLEX 231W - 24 дюйма Интерактивная доска ElitePanaboard UB-T880W с акустической системой Проектор Epson EB-440W</p>
8	Аудитория №308	<p>Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-2400 CPU @ 3.10GHz; 8192 ОЗУ</p>

		HDD Объем: 500 ГБ Монитор DELLEX231W - 24 дюйма Интерактивная доска ElitePanaboard UB-T880W с акустической системой Проектор Epson EB-440W
9	Аудитория №2-120	Системный блок: Процессор Intel® Core™2 Duo E8500 2048 ОЗУ\$ 250 HDD Монитор Samsung SyncMaster 940NW Акустическая система Sven Проектор Nec M260W
10	Аудитория №109	11 компьютеров Системный блок: Процессор Intel(R) Core(TM) i5-6400 CPU @ 2.70GHz 4096 МБ ОЗУ SSD Объем: 120 ГБ Монитор Philips PHL 243V5 - 24 дюйма Акустическая система Sven Интерактивная доска SmartBoard Проектор Epson EH-TW535W
11	Аудитории № 309, 310, 311, 410, 411	Проектор переносной Epson EB-5350 (1080p)– 1 шт. Экран переносной Digis 180x180 – 1 шт. Ноутбук HP ProBook 640 G3 (Intel Core i5 7200U, 4gb RAM, 250 SSD) – 1 шт.

6.2. ПО учебного процесса:

№	Наименование продукта	Кол-во	Номер лицензии	Основание
1	Adobe Premiere CS6 Academic Edition	5	12867825	Сублицензионный договор № 49489/МОС3806
2	Adobe Design Standart 5 AcademicEdition License RU	15	8667918	Договор-оферта № Tr017922 от 06.04.2011
3	MicrosoftVolumeLicense		48457427	Договор-оферта № Tr017922 от 06.04.2011
	Applications - OfficeStandard 2010	25	*	
4	MicrosoftVolumeLicense		45411627	гос. Контракт № 14/09 от 14.04.2009
	Applications - OfficeProfessionalPlus 2007	13	*	
	Applications - OfficeStandard 2007	50	*	

6. ОЦЕНКА КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Оценка на зачете

№	Критерии оценки	
	«не зачтено»	«зачтено»
ЗНАТЬ		
1	Обучающийся не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. Не знает _____	Обучающийся самостоятельно выделяет главные положения в изученном материале. Знает основные _____ Показывает глубокое знание и понимание _____
УМЕТЬ		
2	Обучающийся испытывает затруднения _____ Обучающийся непоследовательно _____ Обучающийся не умеет _____	Обучающийся умеет анализировать элементы, устанавливать связи между ними Обучающийся умеет самостоятельно _____ Обучающийся умеет использовать _____
ВЛАДЕТЬ		
3	Обучающийся не владеет навыками _____	Обучающийся владеет концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией _____ Обучающийся владеет знаниями всего изученного материала, владеет навыками _____,

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях и самостоятельной работе обучающихся

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
4	Л	проблемные лекции	2
		лекции-беседы	2
		лекции-дискуссии	2
		лекция-визуализация	2
	ПР	коллоквиум	4
		круглый стол	2
		учебный проект	2
		Кейс-метод	2

Вид технологии	Содержание технологии
проблемная лекция	- лекции, на которой новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Процесс познания обучающихся в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения
лекция-беседа	- содержание такой лекции подается через серию вопросов, на которые обучающиеся должны отвечать непосредственно в ходе лекции
лекция-дискуссия (интерактивная лекция)	- в данной технологии применяется следующие активные формы обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм
лекция-визуализация	- чтение лекции сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных наглядных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Представленная таким образом информация может обеспечить систематизацию имеющихся у обучающихся знаний, создание проблемных ситуаций и возможности их разрешения; демонстрировать разные способы наглядности, что является важным в познавательной и профессиональной деятельности

творческое задание	- деятельность обучающихся, которая приводит к созданию продуктов творчества, которые отличаются новизной, оригинальностью, являются не только субъективно, но и объективно ценностными. Творческие методы обучения - методы активные
круглый стол	– беседа, где участвуют небольшие группы обучающихся (5 человек), которые последовательно обсуждают поставленные вопросы
работа в группах (групповой тренинг)	- сравнительно новый метод интерактивного обучения. Различные ситуации, возникающие в группах и являются учебными, игровыми, для обучаемого выступают как вполне реальные ситуации, в которых надо действовать со всей ответственностью за результат действия
мозговой штурм	- творческая (креативная) дискуссия, приводящаяся для того, чтобы получить как можно больше идей решения какой-то проблемы
метод-проектов	- педагогическая технология, ориентированная не на интеграцию фактических знаний, а на их применение и приобретение новых
кейс-метод (кейс-технологии)	- технология, позволяющая применить теоретические знания к решению практических задач; способствует развитию у обучающихся самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументировано высказать свою. С помощью этого метода обучающиеся имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения

Входное тестирование – фронтальный опрос

Текущий контроль – промежуточная аттестация

9.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.

Вид практических занятий	практическое занятие к теме №	цель	Вопросы для обсуждения/Задание
коллоквиум	<p>Тема 1. Журналистика и экономический фактор</p>	<ul style="list-style-type: none"> - изучить информационный рынок (структуру, закономерности формирования и развития, факторы формирования); - изучить правовые и экономические формы организации информационного бизнеса; - определить роль экономического фактора в возникновении и развитии СМИ; - изучить организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса и законодательную базу функционирования СМИ в России и мире; - выявить особенности и проблемы производства государственных и частных медиакомпаний 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Закон о СМИ как юридическое чудо. 2. Медиаиндустрия в Европе. 3. СМИ как фактор формирования экономического мышления. 4. Проблемы производства государственных средств массовой информации в новой организационно-правовой форме бюджетного учреждения. 5. Новая политика в регулировании российской региональной прессы. 6. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ.
коллоквиум	<p>Тема 2. Проблемы собственности в медиабизнесе</p>	<ul style="list-style-type: none"> - изучить экономические предпосылки производства медиапродукции; - изучить финансовую политику редакций и их финансовую базу; - изучить основы редакционно-издательского маркетинга, его особенности, цели, задачи и направления 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое маркетинг СМИ? Чем он отличается от маркетинга в других рыночных сегментах? 2. Назовите основные цели медиамаркетинга. 3. Какие базовые методы используются в медиамаркетинге? 4. Какие методы применяются при изучении рынка и какие задачи они решают? 5. Назовите основные методы продуктовой стратегии на рынке СМИ. 6. Назовите основные методы ценообразования на рынке

			<p>печатных и электронных СМИ.</p> <p>7. Какие технологии, стратегии и приемы используют при продвижении СМИ?</p> <p>8. По каким параметрам изучается рекламный рынок и какое это имеет значение для деятельности СМИ?</p> <p>9. Каковы функции службы маркетинга на медиапредприятии?</p> <p>10. Назовите основные типы организации маркетинговой деятельности в медиабизнесе.</p>
кейс-задача	Тема 3. Основы редакционно- издательского маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> - провести анализ спроса на информационные услуги; - выявить способы определения цены информационного продукта; - определить способы позиционирования в сегменте медиарынка; - изучить маркетинговые стратегии, способы брендинга и продвижения медиапродукта; - определить умения обучающихся самостоятельно конструировать бизнес-план по созданию газеты N, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности их аналитических и исследовательских навыков 	<p>Предполагает проектирование примерного бизнес-плана по созданию газеты (учебный вариант). С целью придания варианту универсального характера текущие финансовые расчеты выполняются без учета налогов, начислений и льгот, которые у различных редакций могут отличаться. Единый социальный и налог на прибыль будут учтены только по итогам всего периода проекта.</p> <p>Выполняется группой обучающихся.</p> <p>1. Бизнес-план по созданию газеты N</p> <ul style="list-style-type: none"> - Резюме - Описание газеты - Рынок сбыта - Конкуренция - Стратегия маркетинга - План производства - Организационный план - Юридический план - Оценка риска и страхование - Финансовый план
круглый стол	Тема 4. Маркетинговые коммуникации на медиарынке	<ul style="list-style-type: none"> - изучить маркетинговые коммуникации, инновации, методы и особенности маркетинга электронных СМИ; - определить навыки владения обучающимися содержанием 	<p>Подготовка к интерактивному занятию начинается с обсуждения проблемы и формата ее решения. Составляется план проведения мероприятия. В качестве основы сценария – программа на телеканале соответствующего формата, вопросы для обсуждения должны носить профессиональный характер.</p> <p>Темы для обсуждения</p>

		обсуждаемого вопроса, публичной речью, стратегии и тактики спора и др. навыки самопрезентации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое «корпоративное издание»? 2. Для чего организации или компании необходима своя газета и какова ее целевая аудитория? 3. Как издание влияет на корпоративную культуру. 4. Влияние корпоративного издания на имидж компании. 5. О чем и как должна писать корпоративная газета. 6. Как изучить и понять свою аудиторию. 7. Как создать обратную связь с читателями? 8. Графическая модель: зачем она нужна? 9. Что определяет «лицо» издания? 10. Как дизайн влияет на восприятие издания читателем?
интерактивное занятие (коллоквиум)	Тема 5. Основы редакционного менеджмента	<ul style="list-style-type: none"> - выявить функции менеджмента СМИ; - изучить экономические принципы редакционной деятельности 	<p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типология корпоративных изданий по целевой аудитории: b2b, b2c, b2p. 2. Основные условия и этапы создания корпоративного издания 3. Тематическая модель корпоративного издания: как удовлетворить потребности своей аудитории 4. Как планировать издание и работать с авторами. 5. Критика в корпоративном издании 6. Газета и журнал: разный подход к оформлению. 7. Как дизайн влияет на восприятие издания читателем? 8. Способ производства издания: собственное или аутсорсинг. Достоинства и недостатки каждого из этих способов. 9. Выпуск издания: технологическая цепочка 10. Как правильно распространять корпоративное издание 11. Приемы продвижения издания
учебный проект	Тема 6. Управление редакционным коллективом	<ul style="list-style-type: none"> - изучить менеджмент и редакции, кадровую политику редакции, структуру редакции; - выявить организационные принципы деятельности редакции, уровни и стили ее управления; - определить стратегии 	<p>Предполагает конечный продукт курса «Выпуск корпоративного издания» - b2b, b2c, b2p (по выбору группы), получаемый в результате выполнения комплекса практических занятий. Выполняется группой обучающихся.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Корпоративное издание государственных и гражданских некоммерческих организациях. 2. Корпоративное издание в промышленном и коммерческом

		<p>антикризисного управления редакционным коллективом и этические принципы его функционирования;</p> <p>- определить умения обучающихся самостоятельно конструировать корпоративное издание, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности их аналитических и исследовательских навыков</p>	<p>секторе.</p>
--	--	--	-----------------

9.3. Курсовая работа–не предусмотрено

9.4. Рефераты

Темы рефератов

1. Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в 19-20 вв.
2. Система трансформации СМИ под влиянием экономических факторов во второй половине 20 в.
3. СМИ в современной экономике
4. Движущие силы развития медиабизнеса. Понятие, возникновение концентрации в индустрии СМИ. Типы концентрации
5. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ
6. Концентрация в современной российской индустрии СМИ
7. Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации
8. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ
9. Современная концепция маркетинга
10. Маркетинговые исследования
11. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии
12. Планирование маркетинговой деятельности
13. Медиамаркетинг и его особенности. Комплекс медиамаркетинга
14. Выработка стратегии маркетинга СМИ на зарубежном медиарынке
15. Выработка стратегии маркетинга СМИ на российском медиарынке
16. Газетная индустрия в информационно богатых странах: основные этапы развития
17. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке
18. Современные тенденции развития газетного рынка
19. Экономические особенности журнальной индустрии
20. Национальные особенности современных рынков прессы
21. Экономические особенности телевизионной индустрии
22. Коммерческое и общественное телевидение на современном медиарынке
23. Экономические особенности радиоиндустрии
Основные форматы современных коммерческих радиостанций
24. Экономика кабельной индустрии
25. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства
26. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура
27. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования
28. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства
29. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета
30. Управление редакционным коллективом
31. Имидж, периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка
32. Дизайн издания и его популярность
33. Этические нормы взаимоотношения менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Отрицательные последствия их разрушения

9.5. Вопросы к экзамену – не предусмотрено

9.6. Вопросы к зачету по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

1. Экономические цели редакции
2. Капитал, фонды и средства редакции
3. Финансовые процессы и потоки в редакции
4. Основы бухгалтерского учета в редакции
5. Системы аналитического учета и анализа, их использование в редакции газеты
6. Основы управления прибылью и финансами редакции
7. Спрос и предложение на рынке печатных СМИ
8. Виды медиамаркетинга
9. Цена на газетную продукцию
10. Основы экономического взаимодействия редакции с внешней средой
11. Финансовое планирование в редакции
12. Регистрация и ликвидация СМИ
13. Концентрация и монополизация СМИ
14. Формы медиаобъединений
15. Материальное обеспечение производства продукции СМИ
16. Организационная структура редакции и ее эффективность
17. Менеджмент финансовый, кадровый, маркетинговый
18. Редакционный коллектив - состав и структура
19. Моделирование работы редакции
20. Методы управления редакцией
21. Требования к руководителю редакционного коллектива
22. Медиарынок в условиях кризиса
23. Управление редакцией в период экономической нестабильности
24. Развитие СМИ в период экономической нестабильности
25. Иерархия управления в редакции и штатное расписание
26. Центры финансовой ответственности в редакции СМИ

9.7. Контроль освоения компетенций

Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
коллоквиум	1, 2, 5	УК-2 ПК-6
круглый стол	4	ОПК-5
кейс-метод, учебный проект	3, 6	УК-6 ПК-6

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Номер и дата протокола заседания УМС	Перечень измененных пунктов
1.	31.08.2020, протокол № 1	Обновлен список литературы, список современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, список лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения в п. 5.