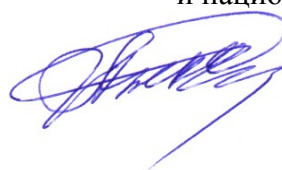


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
Декан факультета русской филологии  
и национальной культуры



К.В. Алексеев  
«30» августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»

Уровень основной профессиональной образовательной программы:

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность подготовки: –

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП: нормативный (4 года)

Факультет русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2019

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. Цели освоения дисциплины.**

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

### **2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП вуза.**

2.1 Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент в СМИ» относится к базовой части Блока 1.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым в общеобразовательной школе дисциплинами:

- «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ»
- «Основы медиапланирования»

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым данной учебной дисциплиной (направление 031300 Журналистика, квалификация «магистр»):

- государственная итоговая аттестация.

2.4. Требования к результатам освоения учебной дисциплины  
Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных (ОК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

В результате изучения учебной дисциплины (модуля) «Экономика и менеджмент в СМИ» обучающиеся должны сформировать компетенции

№ п/п	Номер / индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины учащиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
1	ОК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	экономические аспекты функционирования СМИ; направления эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, механизмы ценообразования и формы оплаты труда; законодательные и нормативные акты, регламентирующие деятельность СМИ, общие основы экономики СМИ	ориентироваться в особенностях рыночных отношений; формулировать экономические цели и стратегию развития СМИ; оценивать издержки производства с управленческой точки зрения; оценивать составляющие рынка ресурсов	навыками анализа экономических проблем и ситуаций; специальной экономической терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины
2	ОПК-11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского	основы редакционного менеджмента; основы продвижения информационной продукции на рынок; основы финансового планирования	выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; учитывать экономические регуляторы	методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ; навыками анализа конкурентных ситуаций и решения экономических проблем редакции; терминологией,

		корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента		деятельности СМИ; охарактеризовать структуру доходов и расходов редакции	связанной с продвижением торговой марки периодических изданий на рынок
--	--	---	--	--	--

## 1. 2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»					
<b>Цели изучения дисциплины «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»:</b> формирование компетенций, позволяющих осуществлять экономический анализ в области средств массовой информации, использовать основные формы и виды информационно-управленческой деятельности.					
<b>В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие:</b>					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знание экономических аспектов функционирования СМИ; направлений эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, механизмов ценообразования и форм оплаты труда; законодательных и нормативных актов, регламентирующих деятельность СМИ; умение ориентироваться в особенностях рыночных отношений; формулировать экономические цели и стратегию развития СМИ; оценивать издержки	лекционные, практические занятия	опрос (УО-1), экзамен по дисциплине (УО-4)	<b>ПОРОГОВЫЙ</b> Формулировать основные экономические принципы редакционной деятельности Обозначать проблемы экономики и пути их решения, <b>ПОВЫШЕННЫЙ</b> Объяснять причины создавшейся экономической ситуации, намечать пути выхода из нее; Распознавать возможные риски экономического функционирования СМИ; Выявлять закономерности развития проблем и ситуаций.

		производства с управленческой точки зрения; оценивать составляющие рынка ресурсов; владение навыками анализа экономических проблем и ситуаций; специальной экономической терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины			
<b>Общепрофессиональные компетенции:</b>					
<b>КОМПЕТЕНЦИИ</b>		<b>Перечень компонентов</b>	<b>Технологии формирования</b>	<b>Форма оценочного средства</b>	<b>Уровни освоения компетенции</b>
<b>ИНДЕКС</b>	<b>ФОРМУЛИРОВКА</b>				
ОПК-11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию	Знание основ редакционного менеджмента; основ продвижения информационной продукции на рынок; основ финансового планирования; умение выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ; охарактеризовать структуру доходов и расходов редакции; владение методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ; навыками анализа конкурентных ситуаций и решения экономических проблем редакции;	лекционные, практические занятия	опрос (УО-1), экзамен по дисциплине (УО-4)	<b>ПОРОГОВЫЙ</b> Характеризовать экономические явления в СМИ на языке терминов, введенных и используемых в курсе Назвать законодательные и нормативные акты, регулирующие взаимоотношения учредителя СМИ, издателя, распространителя, собственника имущества и редакционного коллектива. <b>ПОВЫШЕННЫЙ</b> Дифференцировать экономические явления и ситуации Предполагать развитие экономической ситуации

	продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	терминологией, связанной с продвижением торговой марки периодических изданий на рынок			
--	---	---	--	--	--

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 7 (часов)
1	2	3
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>54</b>	<b>54</b>
В том числе:		
Лекции (Л)	18	18
Семинарские занятия (СЗ)	36	36
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>90</b>	<b>90</b>
В том числе:		
<b>СРС в семестре:</b>		
Подготовка к семинарам (составление конспекта ответа, подготовка к поросу, повторение конспектов)	30	30
Работа с литературой (изучение основной и дополнительной литературы, справочных материалов, нормативных документов, периодики)	60	60
<b>СРС в период сессии:</b>		
Контроль		
<b>Вид промежуточной аттестации - ЭКЗАМЕН</b>		
<b>ИТОГО: Общая трудоемкость</b>	<b>144 часа</b>	<b>144 часа</b>
	<b>4 зач.ед</b>	<b>4 зач.ед</b>

Общая трудоемкость освоения учебной дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
7	1	Журналистика и экономический фактор	<p>Роль экономического фактора в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Средства массовой информации и информационный рынок. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Экономические цели редакции.</p> <p>Информационный рынок: структура, закономерности формирования и развития. Факторы формирования информационного рынка. 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. Экономические предпосылки. Проблемы собственности в медиабизнесе. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.</p> <p>Финансовая политика редакции. Финансовая база издания. Уставной фонд, основные и оборотные средства. Бюджет и баланс издания. Расходная часть бюджета. Доходная часть бюджета. Тиражная, рекламная, ценовая политика редакции. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль, возможности ее использования. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.</p> <p>Бизнес-план как продолжение бюджета редакции. Финансовое планирование в редакции. Основная структура финансовых планов. Разделы бизнес-плана. Смета расходов.</p>
7	2	Основы редакционно-издательского маркетинга	<p>Основы редакционно-издательского маркетинга. Особенности маркетинга, его цели, задачи и направления. Изучение рынка периодических изданий. Анализ спроса. Определение цены. Позиционирование в сегменте рынка.</p> <p>Стратегия маркетинга. Маркетинговая служба редакции. «Торговая марка», «бренд» и их продвижение на рынок. Маркетинговые коммуникации на медиа-рынке. Инновации. Методы маркетинга. Особенности маркетинга электронных СМИ.</p>



7	3	Основы редакционного менеджмента	Функции менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. 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.
---	---	----------------------------------	--

## 2.2. Разделы дисциплины (модуля), виды деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	СЗ	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	8	9
7	1	Журналистика и экономический фактор	8	16	30	54	3,5,8 недели: опрос
7	2	Основы редакционно-издательского маркетинга	4	8	30	42	10, 12 недели: опрос
7	3	Основы редакционного менеджмента	6	12	30	48	14, 16 недели: опрос
		<b>ИТОГО за семестр</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>90</b>	<b>144</b>	

2.3. Лабораторный практикум не предусмотрен.

2.4. Курсовые работы не предусмотрены по учебному плану.

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

#### 3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
7	1	Журналистика и экономический фактор	Подготовка к семинарам: - составление конспекта ответа - подготовка к опросу - повторение конспектов; Работа с литературой: - изучение основной литературы - изучение дополнительной литературы - изучение справочных материалов - изучение нормативных документов - изучение периодики	4 3 3 4 4 4 4 4
ИТОГО в семестре				30
7	2	Основы редакционно-издательского маркетинга	Подготовка к семинарам: - составление конспекта ответа - подготовка к опросу - повторение конспектов; Работа с литературой: - изучение основной литературы - изучение дополнительной литературы - изучение справочных материалов - изучение нормативных документов - изучение периодики	4 3 3 4 4 4 4 4
ИТОГО в семестре				30
7	3	Основы редакционного менеджмента	Подготовка к семинарам: - составление конспекта ответа - подготовка к опросу - повторение конспектов; Работа с литературой: - изучение основной литературы - изучение дополнительной литературы - изучение справочных материалов - изучение нормативных документов - изучение периодики	4 3 3 4 4 4 4 4
ИТОГО в семестре				30
<b>ИТОГО</b>				<b>90</b>

### 3.2. График работы студента\_

#### Семестр № 7

Форма оценочного средства	Усл. обозн.	Номер недели																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Опрос (УО-1)	О			О		О			О		О		О		О		О		

### 3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Ежегодник, 2010. Экономика и менеджмент СМИ / отв. ред. Е. Л. Вартанова. - М., 2011. Используется при изучении разделов № 1-3 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 1 экз.
2. Ежегодник, 2009. Экономика и менеджмент СМИ / отв. ред. Е. Л. Вартанова. - М., 2010. Используется при изучении разделов № 1-3 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 1 экз.
3. Журналист. Журнал. 2007-2016. В библиотеке РГУ имени С.А. Есенина – 1 экз.

#### 3.3.1. Контрольные работы / рефераты не предусмотрены

#### 4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) *(см. Фонд оценочных средств)*

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине (модулю) в университете не используется.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

##### 5.1 Основная литература

1. Ворошилов В.В. Экономика журналистики. - СПб., 2000. Используется при изучении разделов № 1-3 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 50 экз.
2. Ворошилов В.В. Маркетинговые коммуникации в журналистике - СПб., 2000. Используется при изучении раздела № 2 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 55 экз.
3. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. - М., 2009. Используется при изучении разделов № 1-3 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 10 экз.
4. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. М., 2015. Используется при изучении раздела № 2 в 7 семестре. Электронный ресурс. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Дата обращения 6.02.2017. Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452896)

##### 5.2 Дополнительная литература

1. Ворошилов В.В. Менеджмент средств массовой информации. - СПб., 2000. Используется при изучении раздела № 3 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 6 экз.
2. Вартанова В.Л. Основы медиабизнеса. М., 2014. Используется при изучении раздела № 1-3 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 5 экз.
3. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. - М., 2010. Используется при изучении раздела № 1 в 7 семестре. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 5 экз.

##### 5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Журналистика и медиарынок / Ред. Касютина В.Л.  
<http://www.jourmedia.ru/>

2. Медиаскоп. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова. <http://www.mediascope.ru/node/334>
3. Журнал «Журналист» [Электр.ресурс]. Режим доступа: <http://www.journalist-virt.ru/>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран, колонки.

6.3. Требования к специализированному оборудованию отсутствуют.

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

заполняется только для стандартов ГОС ВПО.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Опрос	Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, составляет конспект ответа, отвечает на вопросы для самоподготовки в конце глав учебника.
Подготовка к экзамену	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю),

включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Работа со студентами в интернет-среде (Электронная информационно-образовательная среда РГУ имени С.А. Есенина).

Режим доступа: [http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2/login/forgot\\_password.php](http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2/login/forgot_password.php)

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса:

текстовые редакторы (Libre Office Document), Презентация Microsoft Office PowerPoint или Open Document, а также браузеры для выхода в Интернет (Mozilla Firefox).

11. Иные сведения

## Приложение 1

### Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

#### *Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) для промежуточного контроля успеваемости*

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контр. компетенции или ее части	Наименование оценочного средства
1	Журналистика и экономический фактор	ОК-4	Экзамен
2	Основы редакционно-издательского маркетинга	ОК-4, ОПК-11	
3	Основы редакционного менеджмента	ОК-4, ОПК-11	

#### **ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	знать	
		экономические аспекты функционирования СМИ	ОК-4 31
		направления эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, механизмы ценообразования и формы оплаты труда	ОК-4 32
		законодательные и нормативные акты, регламентирующие деятельность СМИ, общие основы экономики СМИ	ОК-4 33
		уметь	
		ориентироваться в особенностях рыночных отношений	ОК-4 У1
		формулировать экономические цели и стратегию развития СМИ; оценивать издержки производства с управленческой точки зрения	ОК-4 У2
		оценивать составляющие рынка ресурсов	ОК-4 У3
		владеть	
навыками анализа экономических проблем и ситуаций	ОК-4 В1		

		специальной экономической терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины	ОК-4 В2
ОПК-11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	знать	
		основы редакционного менеджмента	ОПК-11 З1
		основы продвижения информационной продукции на рынок	ОПК-11 З2
		основы финансового планирования	ОПК-11 З3
		уметь	
		выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей, учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности	ОПК-11 У1
		учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ	ОПК-11 У2
		охарактеризовать структуру доходов и расходов редакции	ОПК-11 У3
		владеть	
		методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ	ОПК-11 В1
навыками анализа конкурентных ситуаций и решения экономических проблем редакции	ОПК-11 В2		
терминологией, связанной с продвижением торговой марки периодических изданий на рынок	ОПК-11 В3		

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)**

№	Содержание оценочного средства	Код контр. компетенции или ее части
1	Журналистика и экономический фактор. Медиабизнес	ОК-4 З1 ОК-4 В2
2	Журналистская информация как товар на информационном рынке	ОК-4 З1 ОПК-11 У2
3	Экономические цели редакции	ОК-4 З1 ОК-4 У2



4	Структура информационного рынка: ресурсы и среда	ОК-4 У1 ОК-4 У3
5	Финансовый рынок	ОК-4 У1 ОК-4 У3
6	Рынок материалов	ОК-4 У3 ОК-4 У1
7	Технический рынок	ОК-4 У3 ОК-4 У1
8	Издательский рынок	ОК-4 У3 ОК-4 У1
9	Рынок рабочей силы	ОК-4 У3 ОК-4 У1
10	Рынок информации и идей	ОК-4 У3 ОК-4 У1
11	Рынок периодических изданий	ОК-4 У1 ОК-4 З2
12	Рынок распространителей	ОК-4 У1 ОК-4 З2
13	Рынок покупателей	ОК-4 У1 ОК-4 З2
14	Регистрация и ликвидация СМИ	ОПК-11 У2 ОК-4 З3
15	Юридические лица редакции	ОПК-11 У2 ОК-4 З3
16	Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции	ОПК-11 У2 ОК-4 З3
17	Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства	ОК-4 З3 ОК-4 В2
18	Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции	ОПК-11 У2 ОПК-11 З2
19	Бюджет и баланс редакции, их структура	ОПК-11 У3 ОК-4 В2
20	Бюджет редакции периодического издания	ОПК-11 У3 ОПК-11 З1
21	Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства	ОПК-11 У3 ОПК-11 З1
22	Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования	ОПК-11 В1 ОК-4 У2
23	Расходная и доходная части бюджета	ОПК-11 У3 ОПК-11 З1
24	Понятие редакционно-издательского маркетинга	ОПК-11 З2 ОПК-11 У2
25	Сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши	ОПК-11 З2 ОПК-11 У2
26	Конкуренция и конкурентные ситуации	ОПК-11 В2 ОК-4 В1
27	Имидж периодического издания	ОПК-11 В3 ОПК-11 З2
28	Название СМИ как фирменное имя, торговая марка. Понятие о «бренде»	ОПК-11 В3 ОПК-11 З2
29	Основы ценообразования в редакции. Факторы и методы	ОПК-11 З2

	ценообразования	ОПК-11 У2
30	Виды цен. Ценовое дискриминирование	ОК-4 32 ОК-4 В2
31	Принцип непрерывности маркетинга	ОПК-11 32 ОПК-11 В3
32	Содержательные, оформительские, организационные и технологические инновации в СМИ	ОПК-11 32 ОПК-11 В3
33	Структура бизнес-плана редакции	ОПК-11 33 ОК-4 В2
34	Понятие менеджмента СМИ	ОПК-11 31 ОПК-11 У1
35	Величина редакционного коллектива	ОПК-11 В1 ОПК-11 У1
36	Менеджмент и структура редакционного коллектива	ОПК-11 У1
37	Структура телерадиокомпании и информационного агентства	ОПК-11 В1
38	Планирование фонда оплаты труда. Система вознаграждений: найм и зарплата	ОПК-11 В1 ОК-4 В2
39	Кадровая политика редакции	ОПК-11 У1 ОПК-11 В1
40	Организационные принципы деятельности телерадиокомпании и информационного агентства.	ОПК-11 В1 ОПК-11 У1
41	Менеджмент и управление редакционным коллективом.	ОПК 11 У2 ОПК-11 31
42	Уровни менеджмента в редакции.	ОПК 11 31 ОПК-11 У2
43	Экономические основы труда журналиста.	ОК 4 32 ОПК-11 У2
44	Трудовые отношения в редакционном коллективе	ОК 4 32 ОПК-11 У2
45	Стили управления.	ОПК 11 У1 ОПК-11 31
46	Менеджмент и периодическое издание.	ОПК 11 31 ОПК-11 В1
47	Стратегии антикризисного управления.	ОПК 11 В2 ОК-4 В1
48	Проблемы экономики и пути их решения	ОПК-11 В2 ОК-4 В1
49	Менеджмент и этика.	ОПК 11 У2 ОПК-11 31
50	Менеджмент и закон	ОК 4 33 ОПК-11 31

### Критерии оценивания знаний

**«Отлично» (5)»** – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал научной литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

**«Хорошо» (4)»** – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

**«Удовлетворительно» (3)»** – оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

**«Неудовлетворительно» (2)»** – оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.