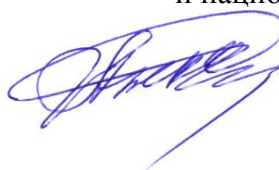


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета русской филологии
и национальной культуры



К.В. Алексеев
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»

Уровень основной профессиональной образовательной программы:

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность подготовки: Журналистика

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП: нормативный (4 года)

Факультет русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2020

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 публик 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
--	--	---	--	--	--

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»					
Цели изучения дисциплины «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»: формирование компетенций, позволяющих осуществлять экономический анализ в области средств массовой информации, использовать основные формы и виды информационно-управленческой деятельности.					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие:					
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;	лекционные, практические занятия	опрос (УО-1), экзамен по дисциплине (УО-4)	ПОРОГОВЫЙ Формулировать основные экономические принципы редакционной деятельности Обозначать проблемы экономики и пути их решения, ПОВЫШЕННЫЙ Объяснять причины создавшейся экономической ситуации, намечать пути выхода из нее; Распознавать возможные риски экономического функционирования СМИ; Выявлять закономерности развития проблем и ситуаций.

		оценивать издержки 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			
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
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	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	лекционные, практические занятия	опрос (УО-1), экзамен по дисциплине (УО-4)	<p>ПОРОГОВЫЙ 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.</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Дифференцировать экономические явления и ситуации Предполагать развитие экономической ситуации</p>

	технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	проблем редакции; 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
Контактная работа (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции (Л)	18	18
Семинарские занятия (СЗ)	36	36
Самостоятельная работа студента (всего)	90	90
В том числе:		
<i>СРС в семестре:</i>		
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
<i>СРС в период сессии:</i>		
Контроль		
Вид промежуточной аттестации - ЭКЗАМЕН		
ИТОГО: Общая трудоемкость	144 часа	144 часа
	4 зач.ед	4 зач.ед

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
		ИТОГО за семестр	18	36	90	144	

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
ИТОГО				90

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. Варганова. - 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. Варганова. - 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, публицити, 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 (29.08.2020)

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. Варганова 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/> (29.08.2020)
2. Медиаскоп. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова. <http://www.mediascope.ru/node/334> (29.08.2020)

3. Журнал «Журналист» [Электр.ресурс]. Режим доступа:
<http://www.journalist-virt.ru/> (29.08.2020)

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

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса:

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Вебинарная платформа Zoom	Договор б/н от 10.10.2020г.
Набор веб-сервисов MS office365	Бесплатное ПО для учебных заведений https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office
Система электронного обучения Moodle	Свободно распространяемое ПО

11. Иные сведения

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 З1
		направления эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, механизмы ценообразования и формы оплаты труда	ОК-4 З2
		законодательные и нормативные акты, регламентирующие деятельность СМИ, общие основы экономики СМИ	ОК-4 З3
		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 32
12	Рынок распространителей	ОК-4 У1 ОК-4 32
13	Рынок покупателей	ОК-4 У1 ОК-4 32
14	Регистрация и ликвидация СМИ	ОПК-11 У2 ОК-4 33
15	Юридические лица редакции	ОПК-11 У2 ОК-4 33
16	Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции	ОПК-11 У2 ОК-4 33
17	Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства	ОК-4 33 ОК-4 В2
18	Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции	ОПК-11 У2 ОПК-11 32
19	Бюджет и баланс редакции, их структура	ОПК-11 У3 ОК-4 В2
20	Бюджет редакции периодического издания	ОПК-11 У3 ОПК-11 31
21	Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства	ОПК-11 У3 ОПК-11 31
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 31
24	Понятие редакционно-издательского маркетинга	ОПК-11 32 ОПК-11 У2
25	Сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши	ОПК-11 32 ОПК-11 У2
26	Конкуренция и конкурентные ситуации	ОПК-11 В2 ОК-4 В1
27	Имидж периодического издания	ОПК-11 В3 ОПК-11 32
28	Название СМИ как фирменное имя, торговая марка. Понятие о «бренде»	ОПК-11 В3 ОПК-11 32
29	Основы ценообразования в редакции. Факторы и методы ценообразования	ОПК-11 32 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	ОПК-11 32

	технологические инновации в СМИ	ОПК-11 В3
33	Структура бизнес-плана редакции	ОПК-11 З3 ОК-4 В2
34	Понятие менеджмента СМИ	ОПК-11 З1 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 З1
42	Уровни менеджмента в редакции.	ОПК 11 З1 ОПК-11 У2
43	Экономические основы труда журналиста.	ОК 4 З2 ОПК-11 У2
44	Трудовые отношения в редакционном коллективе	ОК 4 З2 ОПК-11 У2
45	Стили управления.	ОПК 11 У1 ОПК-11 З1
46	Менеджмент и периодическое издание.	ОПК 11 З1 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 З1
50	Менеджмент и закон	ОК 4 З3 ОПК-11 З1

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.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Директор / декан _____ РФНК _____



К.В. Алексеев

(подпись)

(И.О. Фамилия)

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Экономика и менеджмент в СМИ»

Направление подготовки **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) _____

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Рязань, 2020

1. Цель 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.

3. Трудоемкость дисциплины: 4 зачетных единицы, 144 академических часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
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	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 терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины

			основы экономики СМИ		
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 корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	основы редакционного менеджмента; основы продвижения информации на рынок; основы финансового планирования	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	методами и принципами текущего планирования деятельности СМИ; навыками анализа конкурентных ситуаций и решения экономических проблем редакции; терминологией, связанной с продвижением торговой марки периодических изданий на рынок

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения
Экзамен в 7 семестре.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.