

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 (профиль) Журналистика

Форма обучения заочная

Сроки освоения ОПОП 4 года 6 месяцев
(нормативный или срок при ускоренном обучении)

Факультет (институт) русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целями освоения дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» является формирование компетенций, позволяющих формировать у обучающихся основы экономического мышления, позволяющих им ориентироваться в экономике СМИ как особой области практической деятельности, владеть первичными навыками в области редакционного маркетинга и менеджмента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина Б1.О.03.15 «Экономика и менеджмент в СМИ» относится к обязательной части дисциплин общепрофессиональной подготовки Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- Система СМИ
- Основы рекламы и публичных отношений в СМИ.

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной.

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
Общепрофессиональные компетенции					
1.	ОПК-5. Способен 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	ОПК-5.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	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; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ	навыками анализа экономических проблем и ситуаций; специальной терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			№ 6 часов
1		2	3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		10	10
В том числе:			
Лекции (Л)		4	4
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		6	6
Лабораторные работы (ЛР)			
Иные виды занятий			
2. Самостоятельная работа студента (всего)		89	89
3. Курсовая работа (при наличии)	КП		
	КР		
4. Контроль		9	9
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	Э	Э
	экзамен (Э)		
ИТОГО: общая трудоемкость			
	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
6	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. Бизнес-план как продолжение бюджета редакции. Финансовое планирование в редакции. Основная структура финансовых планов. Разделы бизнес-плана. Смета расходов.</p>
6	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>
6	3	Основы редакционного менеджмента	<p>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.</p> <p>Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции. Экономические основы труда журналиста.</p>

			Грудовые отношения в редакционном коллективе. Стили управления. Менеджмент и периодическое издание. Стратегии антикризисного управления. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.
--	--	--	--

2.2. Перечень лабораторных работ (при наличии): лабораторный практикум не предусмотрен.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 117 часов. Видами СРС являются:

- Изучение нормативных документов;
- Изучение текущей периодики;
- Изучение основной литературы;
- Изучение дополнительной литературы;
- Составление конспектов тем;
- Изучение справочных материалов;
- Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям (подготовка к опросу, конспект темы, составление плана ответа);

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине (модулю) не предусмотрена.

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

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Ворошилов В.В. Экономика журналистики. - СПб., 2000. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 50 экз.
2	Ворошилов В.В. Маркетинговые коммуникации в журналистике - СПб., 2000. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 55 экз.
3	Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. - М., 2009. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 10 экз.
4	Зельдович Б.З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б.З. Зельдович. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. [Электр. ресурс]. Режим доступа: http://biblio-online.ru/bcode/446025 . Дата обращения: 29.08.2020.
5	Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: учебное пособие для вузов / В.Л. Иваницкий. - Москва: Издательство Юрайт, 2020[Электр. ресурс]. Режим доступа: http://biblio-online.ru/bcode/451640 .
6	Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. М.. 2015. Электронный ресурс. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452896 Дата

обращения: 29.08.2020.

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Ворошилов В.В. Менеджмент средств массовой информации. - СПб., 2000. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 6 экз.
2	Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса. М., 2014. В библиотеке РГУ им. С.А.Есенина – 5 экз.
3	Финк К. Стратегический газетный менеджмент. – Самара: Федоров, 2004. В библиотеке РГУ имени С.А. Есенина – 10 экз.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»
2. ЭБС «Юрайт»
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Сайт, посвященный журналистике, рекламе и PR, а также ряду других сопутствующих теоретических и практических знаний [Электр. ресурс]. Режим доступа: www.eartist.narod.ru/ [Дата обращения: 29.08.2020.].
2. Российская государственная библиотека [Электр. ресурс]. Режим доступа: www.rsl.ru/ [Дата обращения: 29.08.2020.].
3. Российская национальная библиотека [Электр. ресурс]. Режим доступа: www.nlr.ru/ [Дата обращения: 29.08.2020.].
4. Библиотека РГУ имени С.А.Есенина [Электр. ресурс]. Режим доступа: Электронная библиотека современных литературных журналов России [Электр. ресурс]. Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/> [Дата обращения: 29.08.2020.].

Журналистские сообщества

1. Союз журналистов России [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.ruj.ru/

Официальные организации

1. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций [Электр.ресурс]. Режим доступа: <https://www.rkn.gov.ru>
2. Национальный институт прессы [Электр.ресурс]. Режим доступа: <http://www.pdi.ru/>
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электр.ресурс]. Режим доступа: <https://wciom.ru>

5.5. Периодические издания

Электронные версии газет и журналов

1. Ежедневная газета «Российская газета» [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.rg.ru/
2. Ежедневная общенациональная деловая газета «Коммерсантъ» [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.kommersant.ru/
3. Еженедельный журнал «Итоги» [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.itogi.ru/
4. Общественно-политический еженедельник «Литературная газета» [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.lgz.ru/
5. Журнал «Журналист» [Электр.ресурс]. Режим доступа: <http://www.journalist-virt.ru/>
6. Старые газеты в электронном варианте [Электр.ресурс]. Режим доступа: <http://www.oldgazette.ru/>

Информационные сайты

1. РИА новости [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.rian.ru
2. Лента последних российских и зарубежных новостей [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.lenta.ru
3. Российские и зарубежные новости [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.newsru.com
4. Российские и зарубежные новости [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.polit.ru
5. Обзоры иностранной прессы [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.inopressa.ru
6. Официальный сайт Первого канала [Электр.ресурс]. Режим доступа: www.1tv.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Требования к аудиториям для проведения занятий:

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: телевизор, ноутбук.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: ноутбук.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: *отсутствуют*

7. 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.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. 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

9. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

**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.

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Экономика и менеджмент в СМИ»

Направление подготовки **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) **ЖУРНАЛИСТИКА**

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Рязань, 2020

1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» является формирование компетенций, позволяющих формировать у обучающихся основы экономического мышления, позволяющих им ориентироваться в экономике СМИ как особой области практической деятельности, владеть первичными навыками в области редакционного маркетинга и менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.03.15 «Экономика и менеджмент в СМИ» относится к обязательной части дисциплин общепрофессиональной подготовки Блока 1
Дисциплина изучается на 3 курсе (6 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часа.

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

ОПК 5.2 – знание экономических аспектов функционирования СМИ; направления эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, механизмов ценообразования и форм оплаты труда; законодательных и нормативных актов, регламентирующих деятельность СМИ, общих основ экономики СМИ; умение ориентироваться в особенностях рыночных отношений; формулировать экономические цели и стратегию развития СМИ; учитывать экономические регуляторы деятельности СМИ навыками анализа экономических проблем и ситуаций; владение специальной экономической терминологией и современным аналитическим инструментарием данной дисциплины.

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения

Экзамен в 6 семестре.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.