

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.8.2 Тенденции развития современного медиарынка»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2015

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Формирование у студентов общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ и тенденциях развития современного медиарынка, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

Задачи:

1. изучение общетеоретических вопросов, связанных с тенденциями развития современной медиаэкономики;
2. освоение основных принципов медиаэкономики СМИ, знаний об инфраструктуре медиарынка;
3. умение студентов разбираться в экономических вопросах общества и медиасреды.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.6 Экономическая теория*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: основные экономические процессы. Уметь: анализировать явления, факты и события в экономической сфере. Владеть: быть готовым использовать знания экономики для освещения экономических вопросов в СМИ.	ОК-4 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Знать: основные концепции СМИ. Уметь: разрабатывать, анализировать и корректировать концепции СМИ. Владеть: навыком разработки локального авторского медиапроекта.	ПК-4 способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов
------------	-----------------------------------

	9 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	13,25	13,25
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к коллоквиумам;	130,75	130,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Становление масс-медиа современной России.	18	4	4		10
2	Основной понятийный аппарат медиаотрасли.	13,5	0,5	1		12
3	Этапы становления печатных СМИ в современной России.	31,5	0,5	1		30
4	Этапы становления электронных СМИ в современной России.	31,5	0,5	1		30
5	Движущие силы развития медиабизнеса.	21,5	0,5	1		20
6	Концентрация в индустрии СМИ.	23	1	2		20
7	Виды капитала и формы собственности в индустрии СМИ.	23	1	2		20
	Итого:	144	4	8		132

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел №1 Становление масс-медиа современной России.

1. К социализму с «человеческим лицом». Вестернизация российского общества.
2. Манипуляция общественным сознанием.
3. Падение престижа профессии журналиста.
4. Законы о СМИ. Доктрина информационной безопасности.
5. Закрывание оппозиционных масс-медиа. Решение предпринимателей: масс-медиа – надежный политический капитал.

Раздел №2 Основной понятийный аппарат медиаотрасли.

1. Соотнесение и разграничение понятий «СМИ» и «медиа».
2. Базовые понятия медиарынка: «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта.
3. Основные понятия и характеристики медиаотрасли («концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»).

Раздел №3 Этапы становления печатных СМИ в современной России.

1. 1998 год: масс-медиа в условиях кризиса.
2. Типология печатных изданий.
3. Концентрация издательского бизнеса.
4. Газеты (общероссийские, государственные, негосударственные, отраслевые газеты, массовые и региональные издания, местные газеты, корпоративные издания).
5. Российские журналы.

Раздел №4 Этапы становления электронных СМИ в современной России.

1. Российский радиорынок.
2. Телевидение России. Пиар-деятельность телекомпаний.
3. Интернет-версии СМИ. Характерные черты Интернета. Экономические аспекты интернет-вещания. Сайт как продукт Интернета. Электронные версии масс-медиа.

Раздел №5 Движущие силы развития медиабизнеса.

1. Концентрация и коммерциализация СМИ.
2. Глобализация и локализация медиарынка.
3. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
4. Спрос на сдвоенном рынке СМИ.
5. Процессы коммодификации содержания и аудитории.
6. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе.

Раздел №6 Концентрация в индустрии СМИ.

1. Понятие концентрации в индустрии СМИ.
2. Возникновение процесса концентрации в индустрии СМИ.
3. Концентрация в зарубежной и современной российской индустрии СМИ.
4. Типы концентрации в индустрии СМИ.

Раздел №7 Виды капитала и формы собственности в индустрии СМИ.

1. Государственные СМИ.
2. Коммерческие СМИ.
3. Гибридные формы СМИ.
4. Общественные СМИ.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1-2	Становление масс-медиа современной России. Основной понятийный аппарат медиаотрасли.	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
2	3-4	Этапы становления печатных СМИ в современной России. Этапы становления электронных СМИ в современной России.	2
3	5-6	Движущие силы развития медиабизнеса. Концентрация в индустрии СМИ.	2
4	7	Виды капитала и формы собственности в индустрии СМИ.	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Яковлев, Г.А. Коммерция в средствах массовой информации: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 143 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-004439-2 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=213805>.

2. Романова, Ю.Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса / Ю.Д. Романова, К.А. Милорадов, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова, Н.А. Рычков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411654>

3. . Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ / В.Л. Иваницкий. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 255 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104073> (дата обращения: 25.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0576-8.

5.2 Дополнительная литература

1. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955>

2. Романов, А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа / А.А. Романов. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 183 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761> (дата обращения: 25.09.2019). – ISBN 978-5-374-00394-9.

3. Романов, А.А. Рекламный менеджмент / А.А. Романов, Р.В. Каптюхин. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770> (дата обращения: 25.09.2019). – ISBN 978-5-374-00393-2.

5.3 Периодические издания

1. Журналист : журнал. - М. : ИД "ЭГ", 2016.
2. Журналистика и культура русской речи: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
4. Филологические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
5. Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

6. Вестник Московского Университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
7. Вестник Московского Университета. Серия 9. Филология : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
8. Общественные науки и современность : журнал. - М. : АРСМИ, 2016.
9. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Вестник Московского университета - <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Энциклопедический словарь журналиста/- <http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm>
3. Сайт журнала «Журналист»/- www.journalist-virt.ru
4. Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.- <http://www.jourclab.ru>
5. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>
6. «Медialogия» (www.medialogia.ru)
7. «Интегрум» (www.integrum.ru)
8. «Регнум» (www.regnum.ru).
9. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»; Курс «Язык современной рекламы и СМИ»<https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/>
10. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения» <https://www.lektorium.tv/mooc2/32867>

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Лицензионное программное обеспечение

Операционная система MicrosoftWindows

Пакет настольных приложений MicrosoftOffice (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций AdobePageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

1. Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений ApacheOpenOffice. Предоставляется по лицензии ApacheLicense 2.0. Разработчик: ApacheSoftwareFoundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и MozillaPublicLicense. Разработчик: TheDocumentFoundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF AdobeReader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: AdobeSystems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

2. Графические редакторы, издательские системы:

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: BlenderFoundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU ImageManipulationProgram). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, мультимедийным проектором, доской, экраном, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.