Минобрнауки России

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

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.33 Экономика и менеджмент средств массовой информации»

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
Очная

Год набора 2017

1106002

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

протокол № _____от "___" _____ 20__г.

Заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью и журналистики _____ Ю.В. Кудашова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент _____ Т.Ю. Димитрова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.02 Журналистика _____ Ю.В. Кудашова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
_____ Н.Н. Грицай
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Т.В. Сапух
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Димитрова Т.Ю.., 2017
© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» является получение студентами теоретических основ экономической деятельности средств массовой информации и управления ими на основе современных подходов и методов к информированию населения в условиях рыночных отношений.

Данный курс ориентирован на то, чтобы помочь студентам освоить основы экономики и менеджмента средств массовой информации, выявить структуру информационного рынка, показать основные формы организации информационного бизнеса. Рассматривается система экономических показателей, финансовая политика редакции, основы редакционного менеджмента и маркетинга, рекламная политика редакции, бюджет и бизнес-планирование в информационном бизнесе.

Задачи:

- выявить роль экономического фактора в возникновении и развитии журналистики и средств массовой информации;
- определить закономерности формирования информационного рынка;
- выявить предпосылки организации информационного бизнеса;
- определить роль маркетинга и рекламы в деятельности СМИ;
- рассмотреть основные этапы бизнес-планирования;
- определить основные направления редакционного менеджмента и менеджмента во внешней среде СМИ.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.21 Система средств массовой информации, Б.1.Б.28 Техника и технология средств массовой информации, Б.2.В.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, первая производственная практика*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ДВ.5.2 Программная политика вещания телерадиокомпаний*

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: знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса, технологию продвижения публикаций СМИ, основы экономики и медиаменеджмента **Уметь:** уметь учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ **Владеть:** владеть навыками экономического анализа места СМИ в рыночной экономике, составления бизнес-плана.	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,

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
	знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**53,25**	**53,25**
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
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 практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю*	**54,75**	**54,75**
Вид итогового контроля	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Журналистика и информационный рынок.	10	2	4	-	4
2	Предпосылки организации информационного бизнеса.	10	2	4	-	4
3	Основы маркетинга в информационном бизнесе.	10	2	4	-	4
4	Финансовые аспекты в информационном бизнесе.	12	2	4	-	6
5	Реклама. Ценовая политика в СМИ. Прибыль в информационном бизнесе.	12	2	4	-	6
6	Бюджет и бизнес-план в информационном бизнесе.	14	2	4	-	8
7	Редакционный менеджмент в СМИ.	14	2	4	-	8
8	Менеджмент во внешней среде СМИ.	13	2	3	-	8

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
9	Правовые аспекты менеджмента в СМИ.	13	2	3	-	8
	Итого:	108	18	34	-	56
	Всего:	108	18	34	-	56

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. Журналистика и информационный рынок.

1.Журналистика и экономический фактор, его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ.

2.Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития, его аспекты и структура.

2. Предпосылки организации информационного бизнеса.

1.Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса, правовые предпосылки.

2. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Проблема собственности, владения информационным предприятием и его названием.

3. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.

4. Финансовый капитал на информационном рынке.

3. Основы маркетинга в информационном бизнесе.

1.Основы редакционно-издательского маркетинга, его особенности, цели, задачи, направления.

2. Изучения рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационно ниши.

3. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации.

4. Методы маркетинга, его редакционная служба.

4. Финансовые аспекты в информационном бизнесе.

1.Финансовая политика редакции и компании. Финансовая база издания.

2.Уставный капитал редакции. Основные и оборотные средства.

3.Бюджет редакции периодического издания. Бюджет баланс редакции, их структура. Расходная и доходная часть бюджета.

4. Тиражная политика редакции.

5. Реклама. Ценовая политика в СМИ. Прибыль в информационном бизнесе.

1.Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции. Прибыль редакции.

2.Ценовая политика редакции, ее направления.

3. Балансовая и чистая прибыль, возможности ее использования.

6. Бюджет и бизнес-план в информационном бизнесе.

1.Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.

2. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства.

7. Редакционный менеджмент в СМИ.

1.Основы редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности.

2.Производственный и финансовый менеджмент Службы редакционного менеджмента.

3. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции.

4. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности.

5. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе

8. Менеджмент во внешней среде СМИ.

1.Менеджмент и периодическое издание. Имидж периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка. Дизайн изделия и его популярность.

2. Распространение периодического издания. Рынок распространителей, стратегия и тактика распространения. Методы распространения и реализации тиража.

9. Правовые аспекты менеджмента в СМИ.

1.Менеджмент и закон.

2.Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Журналистика и информационный рынок.	4
2	2	Предпосылки организации информационного бизнеса.	4
3	3	Основы маркетинга в информационном бизнесе.	4
4	4	Финансовые аспекты в информационном бизнесе.	4
5	5	Реклама. Ценовая политика в СМИ. Прибыль в информационном бизнесе	4
6	6	Бюджет и бизнес-план в информационном бизнесе.	4
7	7	Редакционный менеджмент в СМИ.	4
8	8	Менеджмент во внешней среде СМИ.	3
8	9	Правовые аспекты менеджмента в СМИ.	3
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия) [Текст] : учеб. для бакалавров / В. В. Коршунов.- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 434 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 431-433. - ISBN 978-5-9916-2425-1.

Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта [Текст] : учебное пособие / Т.С. Бронникова. – Москва. : Альфа-М ; ИНФРА-М, 2012. – 223 с.- Библиогр.: с.217-218. – ISBN 978-5-16-005293-9.

Кирия, И.В. Управленческий аудит медиакомпаний : учебное пособие / И.В. Кирия, В.П. Чумакова ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет ; под общ. ред. М.В. Блиновой. - М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. - 241 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7598-1089-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462715

Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 978-5-238-01485-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699

5.2 Дополнительная литература

Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья, четвертая [Текст] : по сост. на 10 окт. 2012 г.: с учетом изм., внесен. Федер. законами от 5 июня 2012 г. № 51-ФЗ, от 14 июня 2012 г. № 78-ФЗ. - М. : Проспект : КноРус, 2012. - 509 с.

Ситников, В. П. Техника и технология СМИ [Текст] : печать, радио, телевидение / В. П. Ситников. - Владимир : ВКТ ; Москва : АСТ : Слово, 2011. - 416 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 386-390. - Слов.: с. 391-406. - Указ.: с. 407-412. - ISBN 978-5-17-067229-5. - ISBN 978-5-8123-0741-7. - ISBN 978-5-226-03694-1.

Мескон. М.Х., Основы менеджмента = Management [Текст] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.- 3-е изд. - СПб. : Вильямс, 2009. - 672 с. - Парал. тит. л. англ. - Слов. терминов: с. 638-650. - Предм. указ.: с. 655-665. - ISBN 978-5-8459-1060-8.

Гуревич, С. М. Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие для вузов / С. М. Гуревич.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с. - ISBN 5-7567-0312-8.

Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Гуревич С. М. - Аспект Пресс, 2009.

Шевчук, Д.А. Экономическая журналистика [Текст] : учеб.-практ. пособие / Д. А. Шевчук. - М. : Гросс Медиа : РосБух, 2008. - 568 с. - Библиогр.: с. 563-565. - ISBN 978-5-476-00507-0.

Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие / В.Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0576-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104073

Романов А.А. Управление рекламными кампаниями в СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Каптюхин Р.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 328 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10886

5.3 Периодические издания

Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Журналист : журнал. - М. : ИД "ЭГ"
Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Российский экономический журнал : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Экономика и управление : журнал. - СПб. : Агентство "Роспечать"
Советник : журнал. - М. : Агенство "Роспечать"
РБК: журнал. – М.: ООО «БизнесПресс»
Forbes: журнал.
Коммерсантъ ДЕНЬГИ : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
Коммерсантъ : газета. - М. : Агентство "Роспечать"

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.integrum.ru/- система предоставляет возможности поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральных и региональных СМИ России. База обновляется ежедневно, опережая появление газет и журналов на прилавках, фактографический подход делает невозможным изъятие из неё какой-либо информации.

http://www.medialogia.ru/ - информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги.

http://www.public.ru/ - полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ.

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

http://www.sreda-mag.ru/ - журнал «CPEDA», анализ медиарынка, отражение роли СМИ в современном обществе.

https://openedu.ru/ - онлайн курсы ведущих вузов России.

https://universarium.org/ - открытая система электронного образования.

http://www.broadcasting.ru/ - Журнал «Broadcasting. Телевидение и радиовещание» знакомит читателей с новостями в области государственного регулирования, сертификации и лицензирования; представляет новые оборудование и технологии в области теле- и радиовещания; освещает наиболее значимые события и мероприятия отрасли; содержит практические материалы об уже реализованных проектах в индустрии.

http://www.rbc.ru/ - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая информация.

http://www.forbes.ru/ - русское издание журнала «Forbes», аналитические статьи, актуальная экономическая информация.

http://www.media-atlas.ru/ - обзор и анализ российской медиаиндустрии, аналитические статьи о медиарынке, рекламном рынке, поиск (атлас) специализированной информации (по стране и регионам).

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/.

- Кросплатформенный, 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, 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.