

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.34 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)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра журналистики

наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 2019 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра журналистики

наименование кафедры



подпись

Т.М. Жаплова

расшифровка подписи

Исполнители:



должность

подпись

Т.М. Жаплова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.02 Журналистика

код наименование



личная подпись

расшифровка подписи



Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

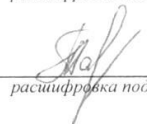


Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись



О.П. Тарасова

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Жаплова Т.М., 2019

© ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

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 Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.13 Экономическая теория, Б1.Д.Б.22 Система средств массовой информации, Б1.Д.Б.30 Основы рекламы и паблик рилейнз в средствах массовой информации, Б2.П.В.П.1 Профессионально-творческая практика*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.Э.4.2 Программная политика вещания телерадиокомпаний, Б1.Д.В.Э.7.1 Медиапланирование и продюсирование в средствах массовой информации*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
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-В-1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5-В-2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере журналистики с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной	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

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	системы	профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ Владеть: владеть навыками экономического анализа места СМИ в рыночной экономике, составления бизнес-плана.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

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

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	11,5	11,5
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - выполнение расчетно-графического задания (РГЗ); - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к коллоквиумам; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	132,5 +	132,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	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.	12	2	4	-	6
2	Предпосылки организации информационного	12	2	4	-	6

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	бизнеса.					
63	Основы маркетинга в информационном бизнесе.	12	2	4	-	6
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	-	6
7	Редакционный менеджмент в СМИ.	14	2	4	-	6
8	Менеджмент во внешней среде СМИ.	14	2	3	-	6
9	Правовые аспекты менеджмента в СМИ.	14	2	3	-	6
	Итого:	144	18	34	-	54
	Всего:	144	18	34	-	54

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. Журналистика и информационный рынок. Журналистика и экономический фактор, его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития, его аспекты и структура.

2. Предпосылки организации информационного бизнеса. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса, правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке.

3. Основы маркетинга в информационном бизнесе. Основы редакционно-издательского маркетинга, его особенности, цели, задачи, направления. Изучения рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационно ниши. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакция служба.

4. Финансовые аспекты в информационном бизнесе. Финансовая политика редакции и компании. Финансовая база издания. Уставный капитал редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет баланс редакции, их структура. Расходная и доходная часть бюджета. Тиражная политика редакции.

5. Реклама. Ценовая политика в СМИ. Прибыль в информационном бизнесе. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции. Прибыль редакции. Ценовая политика редакции, ее направления. Балансовая и чистая прибыль, возможности ее использования.

6. Бюджет и бизнес-план в информационном бизнесе. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства.

7. Редакционный менеджмент в СМИ. Основы редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент Службы редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика

редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе

8. Менеджмент во внешней среде СМИ. Менеджмент и периодическое издание. Имидж периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка. Дизайн изделия и его популярность. Распространение периодического издания. Рынок распространителей, стратегия и тактика распространения. Методы распространения и реализации тиража.

9. Правовые аспекты менеджмента в СМИ. Менеджмент и закон. 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
9	9	Правовые аспекты менеджмента в СМИ.	3
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. 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.
2. 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.
3. 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>
4. 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

1. 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.
2. 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.
- 3. 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.
- 4. 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.
- 5. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Гуревич С.М. - Аспект Пресс, 2009.
- 6. Шевчук, Д.А. Экономическая журналистика [Текст] : учеб.-практ. пособие / Д. А. Шевчук. - М. : ГроссМедиа : РосБух, 2008. - 568 с. - Библиогр.: с. 563-565. - ISBN 978-5-476-00507-0.
- 7. 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](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104073)
- 8. 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 созданияавтоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатныхизданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральныхи региональных СМИ России. База обновляется ежедневно, опережая появление газет и журналовна прилавках, фактографический подход делает невозможным изъятие из неё какой-либоинформации.

<http://www.medialogia.ru/>- информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, ихрейтинги.

<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 проведениеаналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализинформации СМИ.

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

<http://www.sreda-mag.ru/>- журнал «СРЕДА», 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 или 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

1. Операционная система Microsoft Windows.

2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint).

3. Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций

Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

4. Служебное и офисное ПО:

- свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. 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/>.

5. Графические редакторы, издательские системы:

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

- свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). 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, курсового проектирования, 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.