

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ МЕДИА

Направление подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность: Медиакоммуникации и социальные технологии

Квалификация выпускника: бакалавр

Рабочая программа дисциплины Экономика и менеджмент медиа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 527.

Разработал: Тимонин А.Ю. доцент кафедры экономики и экономической безопасности, к.э.н.

Рецензент: Сарафанов И.Д., главный редактор Интернет-портала ООО ИПО «Логос», генеральный директор АО «Взгляд» (44ТВ), член правления регионального отделения Союза журналистов Костромской области

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №2 от 17.10.2024г.

Пояснительная записка

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Экономика и менеджмент медиа» предназначена для формирования у студента общих представлений о принципах экономического функционирования медиаиндустрии, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов медиарынка (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-медиа), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

Цель изучения дисциплины – сформировать представление об экономике и менеджменте медиаиндустрии как элементе экономической системы.

Основные задачи:

- изучить общие принципы функционирования СМИ как экономической системы;
- рассмотреть роль, место и особенности менеджмента в медиаиндустрии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина «Экономика и менеджмент медиа» относится к обязательной части блока 1 Дисциплины (модули), изучается в 8 семестре и базируется на комплексе разносторонних знаний о функционировании медиаиндустрии, полученных студентами в процессе изучения предшествующих дисциплин. Это: понимание роли медиа в современном обществе, комплекса функций медиа; специфики медиаконтента как особого типа информационного продукта (медиапродукта), единства и взаимозависимости деятельности медиа как общественной службы и коммерческого предприятия медиабизнеса, на основе знакомства с позитивным опытом зарубежной медиасистемы; знакомства с принципами формирования типологической структуры системы медиа, особенностями различных ее каналов, видов, типов, особенностями организации работы медиакомплексов и отдельных редакций, понимания медиадеятельности как многоаспектной, знания основных технологических этапов подготовки медиапродукции и выпуска изданий, теле-, радиопрограмм. Особо важным для освоения данного курса является наличие знаний о правовом регулировании в данной сфере.

Знания, полученные в результате освоения дисциплины «Экономика и менеджмент медиа», углубляются и конкретизируются в ходе преддипломной практики.

3. ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ, КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов: знания основных экономических регуляторов деятельности медиа в условиях рыночных отношений (процессах и источниках формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политике), основ менеджмента в медиаиндустрии; умения осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта; способности участвовать в разработке и коррекции концепции медиапродукта (издания, канала, программы и пр.), его модели, формата, в разработке авторского медиапроекта; обеспечения (в соответствии с должностными обязанностями) продвижения медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламной поддержки.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Освоить компетенцию

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.

Индикаторы сформированности компетенции:

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Знать:

- суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности;
- основы менеджмента в медиаиндустрии;
- основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; экономические регуляторы деятельности медиаиндустрии, базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса; алгоритмы разработки локального авторского медиапроекта.

Уметь:

- ориентироваться в экономических аспектах функционирования медиаиндустрии (процесс и источники формирования бюджета агентств, редакций, теле-, радиокомпаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.);
- учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей; использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы медиадеятельности, базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса;
- разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции.

Владеть:

- основами экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- спецификой учета в профессиональной деятельности экономических регуляторов деятельности медиа, базовыми принципами формирования организационной структуры редакционного комплекса, пониманием функций сотрудников различного должностного статуса;
- алгоритмами разработки локального авторского медиапроекта, участия в разработке, анализе и коррекции его концепции.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3 зачётных единицы
Общая трудоемкость в часах	108 часов
Аудиторные занятия в часах	30 часов
Лекции	10 часов
Практические (лабораторные) занятия	20 часов
Самостоятельная работа в часах	77,75 часов
Контакт. работа на 1 студента	30,25 часа
Вид итогового контроля (трудоемкость в зачетных единицах)	Зачет, 8 семестр (0,25 часа)

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН, Ч.

№ п/п	Наименование темы	Всего часов	Аудиторные занятия			Самост. работа	Формы текущего контроля
			Лекции	Практ.	Лабор.		
1	Медиаиндустрия и экономический фактор	16,75	1	2		13,75	Практические занятия, зачет
2	Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса	11	1	2		8	Практические занятия, зачет
3	Основы редакционно-издательского маркетинга	11	1	2		8	Практические занятия, зачет
4	Бюджет редакции периодического издания	11	1	2		8	Практические занятия, зачет
5	Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции	12	2	2		8	Практические занятия, зачет

6	Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета	11	1	2		8	Практические занятия, зачет
7	Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции	11	1	2		8	Практические занятия, зачет
8	Менеджмент и периодическое издание. Имидж периодического издания	13	1	4		8	Практические занятия, зачет
9	Менеджмент и этика. Менеджмент и закон	11	1	2		8	Практические занятия, зачет
	Зачёт	0,25				0,25	
	Итого	108	10	20		78	Зачет

5.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Медиандустрия и экономический фактор.

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

Тема 2. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.

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

Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга.

Его особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба. Финансовая политика редакции и компании. Финансовая база издания. Уставный фонд редакции. Основные и оборотные средства.

Тема 4. Бюджет редакции периодического издания.

Бюджет и баланс редакции, их структура. Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции.

Тема 5. Реклама в медиа.

Рекламная политика редакции. Ценовая политика редакции, ее направления. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.

Тема 6. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.

Основы редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента.

Тема 7. Менеджмент и редакция: ее величина и состав.

Кадровая политика редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Менеджмент и организация редакционной деятельности. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе.

Тема 8. Менеджмент и периодическое издание.

Имидж периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка. Дизайн издания и его популярность. Распространение периодического издания. Рынок распространителей. Стратегия и тактика распространения. Редакционная служба распространения.

Тема 9. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.

Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Воспитание у них экономического мышления. Менеджмент и закон. Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента. Отрицательные последствия их нарушения.

6.1 СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№	Название раздела, темы	Методические рекомендации и задания	Время выполнения	Форма контроля
1	Медиаиндустрия и экономический фактор.	Проанализировать состояние медиарынка г. Костромы по предложенному направлению	13,75	Практическое занятие
2	Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.	Подготовить «паспорт редакции» с точки зрения организационно-правовой формы, учредителей и типологического характера издания	8	Практическое занятие
3	Основы редакционно-издательского маркетинга.	Подготовить предложения о создании нового медиапродукта/медиапроекта на заданном рынке с точки зрения баланса общественных (социальных) и бизнес-интересов	8	Практическое занятие
4	Бюджет редакции периодического издания.	С учетом результатов задания по теме 3 подготовить предложения о распределении бюджета издания по направлениям	8	Практическое занятие

5	Реклама в медиа. Рекламная политика редакции	Проанализировать особенности рекламной политики предложенного медиа	8	Практическое занятие
6	Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.	На основании результатов практического задания тем 3 и 4 составить рамочный бизнес-план нового СМИ	8	Практическое занятие
7	Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции.	Сформировать штатную структуры нового СМИ	8	Практическое
8	Менеджмент и периодическое издание. Имидж периодического издания.	Подготовить предложения по продвижению брэнда СМИ	8	Практическое занятие
9	Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.	Проанализировать редакционную политику заданного СМИ с точки зрения баланса интересов бизнеса и этики	8	Практическое занятие
	Итого		78	

6.2. Темы практических занятий

Дисциплина "Экономика и менеджмент медиа" предполагает использование как традиционных (лекции, практические занятия, с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий, включающих в учебный процесс активные и интерактивные формы проведения занятий.

Перечисленные в п. 5.2 темы осваиваются на практических занятиях, в ходе которых студенты получают индивидуальные задания по подготовке предложения о создании нового СМИ на заданном рынке в соответствии с указанными условиями и поставленной задачей.

Зачет по дисциплине проводится в форме тестовых заданий по 1-9 темам курса

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература

1 *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. - Москва : 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>

2 *Акулич, М.В.* Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. -(Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. -ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

3 *Мальшев, С.Л.* Основы интернет-экономики : учебное пособие / С.Л. Мальшев. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 120 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-374-00556-1 ; То же [Электронный ресурс]. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90789>

4 *Астафьев, И.В.* Экономика и менеджмент СМИ : курс лекций : направление подготовки 03/300.62 "Журналистика" / И. В. Астафьев ; М-во образования и науки РФ, Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома : КГУ, 2013. - 127, [1] с. -Библиогр.: с. 105-108. - ISBN 978-5-7591-1376-8 : 53.00.14.

Дополнительная литература

1 *Пикман, В.* Эффективные системы продажтелекоммуникационных услуг для дома / В. Пикман. - Харьков : Золотые страницы, 2016. - 131 с. : ил., табл. - ISBN 978-966-400-250-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443017>

2 *Марусева, И.В.* Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах: (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И.В. Марусева. -Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 214 с. : рис., схем., табл. -Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3089-1 ; То же [Электронный ресурс]. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547>

3 *Малыгин, Р.А.* Коммерциализация ТВ: изменение функций и структуры программ / Р.А. Малыгин. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 89 с. -ISBN 978-5-504-00117-3 ; То же [Электронный ресурс].

-URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141264>

4 Учебно-методический комплекс дисциплины "Экономика и менеджмент СМИ" [Электронный ресурс] : по спец. 030601.65 (021400) "Журналистика" / Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. - Кострома, 2007. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - 100.00. 1

5 *Ворошилов, В.В.* Менеджмент Средств Массовой Информации : Конспект лекций / В. В. Ворошилов. - СПб : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 47 с. - (Серия "Высшее профессиональное образование"). - Библиогр.: с. 46. - ISBN 5-8016-0067-1 : 20.00.2

6 *Зельдович, Б.З.* Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5.

7 *Рубцова, Н.В.* Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. КонсультантПлюс – www.consultant.ru

2. Гарант – www.garant.ru

3. Росстат – www.gks.ru

4. Банк России- www.cbr.ru

5. Министерство финансов Российской Федерации — www.minfin.ru.
6. Проект Сети финансовых сайтов «БетаФинанс.ру». [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://www.2stocks.ru/>
7. Экономический портал Institutiones.Com. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://institutiones.com/> (новости, статьи и публикации, книги и учебники по экономике, лекции и журналы экономической тематики).
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://elibrary.ru/defaultx.asp>
9. ЭКСПЕРТ ONLAIN. [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://www.expert.ru/>(Интернет-проект журнала «Эксперт» совместно с журналом «русский репортер»).
10. Официальный сайт «Информационного агентства «Росбизнесконсалтинг» (РБК) — Режим доступа:<http://www.rbc.ru>.
11. Официальный сайт Информационного агентства «Блумберг» (Bloomberg)/ - Режим доступа:
<http://www.bloomberg.com>.
12. Официальный сайт Московской биржи. - Режим доступа: <http://www.moex.ru>.
13. Официальный сайт Ассоциации НП «РТС» (Некоммерческое партнерство «Российская торговая система»).- Режим доступа: <http://www.nprts.ru>.

Электронные библиотечные системы:

- ЭБС «Лань»
- ЭБС «Университетская библиотека online»
- ЭБС «Znanium»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные и практические занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест.

Необходимое оборудование: меловая доска, проектор с потолочным креплением, системный блок, экран для проектора, свободный доступ WiFi.

Необходимое программное обеспечение – офисный пакет.

•