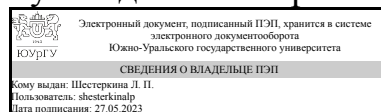


УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



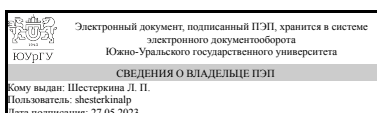
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.08 Медиаэкономика
для направления 42.04.02 Журналистика
уровень Магистратура
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

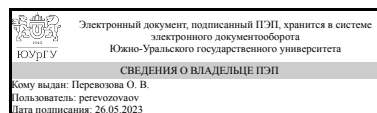
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 529

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент



О. В. Перезовова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование у магистрантов знаний о принципах экономического функционирования СМИ, о современном состоянии и организации эффективной экономической деятельности в медиаиндустрии. Задачи курса: представить ключевые понятия и показать основные законы и механизмы функционирования медиаэкономики; ознакомить магистрантов с основными направлениями медиадискурса в этой сфере; сформировать понимание экономических особенностей различных сегментов рынка СМИ, деятельность медиапредприятий и моделей их развития.

Краткое содержание дисциплины

Курс рассчитан на рассмотрении медиаиндустрии как важнейшей отрасли рыночного хозяйства. При его изучении акцентируется внимание на особенности развития медиасистемы в целом и экономическое разнообразие развития печатных, телевизионных, радио и онлайн-СМИ.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<p>Знает: особенности организации командной работы и формирования командной стратегии; методы организации профессиональной деятельности в медийной сфере; ключевые понятия медиаэкономики, социально-экономические принципы организации современной медиаиндустрии; основные принципы экономического взаимодействия участников медиарынка и стратегии управления медиаорганизацией.</p> <p>Умеет: организовать четкую работу коллектива, направленную на выполнение поставленной цели; разработать стратегии сотрудничества и на их основе организовать отбор членов команды для достижения поставленной цели; интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий, медиаорганизаций и их команд в ракурсе существующей проблематики.</p> <p>Имеет практический опыт: научного исследования с применением категориального аппарата дисциплины "медиаэкономика", сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий, а также с применением командной деятельности.</p>
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Знает: суть экономических процессов и экономических отношений, основные принципы изучения спроса (потребностей целевых групп медиа), знает принципы деятельности медиапредприятий с различными формами

	<p>собственности; основы менеджмента маркетинга в СМИ; принципы единства и взаимозависимости деятельности СМИ как общественной службы и коммерческого предприятия медиа бизнеса.</p> <p>Умеет: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т. п.); учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности.</p> <p>Имеет практический опыт: владения инструментарием поиска и обработки экономической информации в сфере медиабизнеса (анализа потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования развития медиарынка).</p>
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		2
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка презентации по теме.	15	15
Конспектирование лекций и выполнение практических	15,75	15.75

заданий.		
Подготовка к зачету	5	5
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Экономика и медиасистема	16	8	8	0
2	Экономические особенности функционирования видов СМИ	16	8	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Экономика, рынок и медиарынок. Хозяйствующие субъекты медиаиндустрии	2
2	1	Основные экономические подходы и модели развития СМИ.	2
3	1	Экономическая деятельность медиапредприятия. Медиахолдинги.	2
4	1	Рыночные стратегии СМИ	2
5	2	Экономика газетно-журнальных СМИ.	2
6	2	Экономика телеиндустрии.	2
7	2	Экономика радиовещательных СМИ	2
8	2	Экономика онлайн-СМИ.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	СМИ на рынке товаров и услуг.	2
2	1	Экономическая конкуренция в сфере СМИ.	2
3	1	Маркетинговые стратегии СМИ	2
4	1	Реклама в СМИ и медиапланирование.	2
5	2	Рыночные структуры в печатных СМИ.	2
6	2	Доходы телевизионных СМИ: коммерческое и общественное ТВ	2
7	2	Современные коммерческие радиостанции.	2
8	2	Бизнес-модели онлайн-СМИ.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на	Семестр	Кол-во

	ресурс		часов
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка презентации по теме.	Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран Учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" Е. Л. Варганова. - М.: Аспект Пресс, 2003.	2	15
Конспектирование лекций и выполнение практических заданий.	Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран Учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" Е. Л. Варганова. - М.: Аспект Пресс, 2003.	2	15,75
Подготовка к зачету	Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран Учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" Е. Л. Варганова. - М.: Аспект Пресс, 2003.	2	5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	2	Текущий контроль	Аналитическая работа с терминами по учебному пособию	1	15	Работа предполагает углубленный анализ основных терминов и поиск терминологического аппарата в учебниках и учебных пособиях. Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - все термины выбраны верно, представлены полные толкования с комментариями и примерами. 10 - 9 баллов - большая часть терминов выбрана верно, представлены полные толкования с неточными комментариями и без примеров 8 - 6 баллов - значительная часть терминов выбрана неверно, представлены неполные толкования с неточными комментариями и без примеров 5 - 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	зачет
2	2	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск	1	15	Аналитический практикум предполагает поиск ответа на поставленные вопросы.	зачет

			ответов на поставленные вопросы			Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - ответы на все вопросы найдены верно, раскрыты полно. 10 - 9 баллов - ответы найдены на часть вопросов, раскрыты полно. 8 - 6 баллов - ответы найдены на часть вопросов, раскрыты неполно. 5 - 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	
3	2	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы по учебному пособию	1	15	Работа предполагает поиск ответов на вопросы с примерами. Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - все ответы сформулированы верно, примеры проведены верно. 10 - 9 баллов - ответы в целом выбраны верно, формулировки частично верны, примеры подтверждают ответы. 8 - 6 баллов - ответы преимущественно ошибочны, примеры использованы частично. 5 - 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	зачет
4	2	Текущий контроль	Творческая работа по написанию эссе	1	15	Необходимо написать эссе с ответом на вопрос: как рейтинги влияют на СМИ с точки зрения экономики и бизнеса? Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - эссе написано в полном соответствии с требованиями к жанру, выражена основная идея, мысль заершена. 10 - 9 баллов - эссе написано в соответствии с требованиями к жанру, основная идея выражена частично, мысль условно заершена 8 - 6 баллов - эссе написано с некоторыми нарушениями требований к жанру, основная идея не выражена, мысль условно заершена 5 - 0 баллов - работа не выполнена. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	зачет
5	2	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету.	зачет

					Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. Критерии оценивания: Согласно Положению о БРС, зачет 40 баллов. "Зачтено" ставится при достижении 60% от этих 40 баллов (24 балла).
--	--	--	--	--	---

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. Критерии оценивания: Согласно Положению о БРС, зачет 40 баллов. "Зачтено" ставится при достижении 60% от этих 40 баллов (24 балла).	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
УК-3	Знает: особенности организации командной работы и формирования командной стратегии; методы организации профессиональной деятельности в медийной сфере; ключевые понятия медиаэкономики, социально-экономические принципы организации современной медиаиндустрии; основные принципы экономического взаимодействия участников медиарынка и стратегии управления медиаорганизацией.	+	+	+	+	+
УК-3	Умеет: организовать четкую работу коллектива, направленную на выполнение поставленной цели; разработать стратегии сотрудничества и на их основе организовать отбор членов команды для достижения поставленной цели; интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий, медиаорганизаций и их команд в ракурсе существующей проблематики.	+	+	+	+	+
УК-3	Имеет практический опыт: научного исследования с применением категориального аппарата дисциплины "медиаэкономика", сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий, а также с применением командной деятельности.	+	+	+	+	+

ОПК-4	Знает: суть экономических процессов и экономических отношений, основные принципы изучения спроса (потребностей целевых групп медиа), знает принципы деятельности медиапредприятий с различными формами собственности; основы менеджмента маркетинга в СМИ; принципы единства и взаимозависимости деятельности СМИ как общественной службы и коммерческого предприятия медиа бизнеса.	+	+	+	+	+	+
ОПК-4	Умеет: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т. п.); учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности.	+	+	+	+	+	+
ОПК-4	Имеет практический опыт: владения инструментарием поиска и обработки экономической информации в сфере медиабизнеса (анализа потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования развития медиарынка).	+	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Основы медиабизнеса [Текст] учебник для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др.; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 399, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Основы медиабизнеса [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др. ; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 360 с. 22 см.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Журналист ежемес. журн.: 12+ Издат. дом "Журналист" журнал. - М., 1914-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Ю.М. Ершов. Медиарынок и бизнес

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Ю.М. Ершов. Медиарынок и бизнес

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Ворошилов В.В. Экономика СМИ: Электронное учебное пособие: учебное пособие. 2009. 210 с. https://e.lanbook.com/

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Практические занятия и семинары	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.