

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 20.05.2026 18:29:28
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.05 Основы бизнес-моделирования СМИ

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.04.02 Журналистика

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Бизнес-моделирование современных СМИ

(наименование образовательной программы)

очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор–составитель:

д. ф. н., профессор кафедры журналистики
и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

к.филос.н., доцент кафедры журналистики
и медиакоммуникаций

Хамаганова К.В.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

Рабочая программа дисциплины Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий СЗИУ

Протокол № 4 от 9 апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	ОПК - 1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1	Отслеживает и учитывает изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 З-1 Знает как отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ОПК-1.1 У-1 Умеет отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
			ОПК - 1.2	Планирует, организует координирует процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-1.2 З-1 Знает как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2 У-1 Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» относится к обязательным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика».

Общая трудоемкость – 2 зачетных единицы, 72 акад. часа.

Лекции – 6 час.

Практические занятия – 10 час.

Самостоятельная работа – 52 час.

Контрактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 4 час.

Место дисциплины

Дисциплина Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» относится к обязательным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается во 2 семестре.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются магистрантами в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами, определяющими вектор дальнейшего профессионального развития.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1 Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						Самостоятельная работа						
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)		КЭ	Катгэк	Конт роль	СР кр		СР эк	СР
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ик	ксп							
л	вл	лр	пз												
Тема 1	Основные понятия бизнеса и бизнес-моделей. Моделирование деятельности	14	2		2								10	УО*, Д**	
Тема 2	Регулярный менеджмент предприятия СМИ	13	1		2								10	УО, Д	
Тема 3	Бизнес-планирование деятельности	13	1		2								10	УО, Д, ПЗ***	

	и субъекта СМИ													
Тема 4	Технология моделирования и описания бизнес-процессов	14	1			2							11	УО, Д
Тема 5	Цифровые инструменты моделирования в СМИ	14	1			2							11	УО, Д
Промежуточная аттестация		4							4					зачет
Всего:		72	6			10			4				52	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР - самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

* УО – письменный опрос

**Д – доклад

***ПЗ - практическое задание

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия бизнеса и бизнес-моделей. Моделирование деятельности (ОПК 1.1)

Понятийная и правовая основа современного бизнеса. Бизнесы в среде массмедиа. Понятие бизнес-модели. Многообразие бизнес-моделей. История развития бизнеса на информационном рынке. Развитие рынка и изменение предпочтений потребителей. Бизнес-модели на современном рынке СМИ. Массмедиа как чистая отрасль социально-культурной ориентации, объединяющую ряд предприятий, производящих однородные товары и услуги на основе обработки (переработки) информации. Институты рыночной экономики. Рынок СМИ. Экономическая организация.

Понятие «фирма» в экономической науке. Фирма как экономическая организация, являющаяся альтернативным рынку способом хозяйственной координации. Типология предприятий массмедиа с организационной точки зрения. Значение тип производимого продукта. Применение контрактной системы. Особенности экономической организации предприятия массмедиа. Организационно-правовые формы предприятия.

Характер модели, моделируемых объектов, сферам приложения моделирования. Модельный эксперимент. «Пилот» — «нулевой» номер, бета-версия, «пилот» программы. Моделирование интегрального бизнес-процесса. Этапы моделирования.

Тема 2. Регулярный менеджмент предприятия СМИ (ОПК 1.1)

Система управления экономикой предприятия. Рабочая среда. Подходы к управлению предприятием. Регулярный менеджмент. Типы менеджмента. Элементы регулярного менеджмента.

Модели действий, определяющие успешное развитие СМИ. Понимание технологии создания структуры массмедиа. Типы труда в современной редакции. Выделение юридического, творческого, технического и менеджерского коллективов на организационном уровне. Понятие временного трудового коллектива. Концепция и базовый тип коммуникации СМИ. Типы стратегий. Редакционная политика. Формат СМИ. Рабочая среда проекта. Аудитория СМИ.

Тема 3. Бизнес-планирование деятельности субъекта СМИ (ОПК 1.2)

Исследовательская деятельность по анализу рынка, потребителей и носителей рекламы (медиа), используемая рекламными агентствами для улучшения качества обслуживания клиентов, а также, чтобы обойти, переиграть и превзойти своих конкурентов. Виды, типы рекламных исследований. Используемые методы.

Тема 4. Технология моделирования и описания бизнес-процессов (ОПК 1.2)

Горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов. Основные подходы к горизонтальному описанию бизнес-процессов. Классификация входов и выходов бизнес – процесса. Построение сети бизнес-процессов. Семь "золотых" правил описания бизнес-процессов. Модель цепочки добавления ценности (Value Chain Model). Модель IBL (The International Business Language). Тринадцати процессная модель Американского центра производительности и качества (American Productivity & Quality Center). Восьми-процессная модель компании VKG Profit Technology.

Тема 5. Цифровые инструменты моделирования в СМИ (ОПК 1.2)

Цифровые инструменты моделирования в СМИ — это программные решения для визуализации, анализа и оптимизации редакционных и бизнес процессов, потоков контента и взаимодействия с аудиторией. Цель — повысить эффективность работы медиа, улучшить качество контента и монетизацию. Ключевые направления применения: редакционные процессы; планирование и контроль выпуска материалов (Trello, Asana); моделирование work flow от идеи до публикации (BPMN схемы в Miro, Lucidchart); автоматизация рутинных операций (Camunda, ELMA). Визуализация данных и контента: интерактивная инфографика (Infogram, Canva); 3D модели и анимация (Blender, Adobe After Effects); VR/AR-проекты (Unity, Unreal Engine). Аналитика и персонализация: дашборды с метриками (Google DataStudio, Tableau); сегментация аудитории и рекомендательные алгоритмы; А/В-тестирование заголовков и форматов. Дистрибуция и монетизация: анализ эффективности каналов (соцсети, email, push); моделирование воронок продаж и CJM (Customer Journey Map); прогнозирование LTV (пожизненной ценности подписчика). Основные инструменты (Управление процессами: Trello, Asana, Camunda. Визуализация схем: Miro, Lucidchart. Аналитика данных: Google Analytics, Tableau, Data Studio. Графика и мультимедиа: Canva, Infogram, Adobe Suite, Unity).

Преимущества для СМИ. Риски и ограничения.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине (наименование) входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		<p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся: устный опрос, доклад, практическое задание.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся приведены в п.6.2.

Тема 1. Основные понятия бизнеса и бизнес-моделей (ОПК 1.1)

Вопросы для устного опроса

1. Что такое бизнес-модель? В чём её суть?
2. Чем бизнес-модель отличается от бизнес-плана и бизнес-стратегии?
3. Какие ключевые компоненты включает бизнес-модель?
4. Что такое бизнес-процесс? Назовите его ключевые свойства.
5. Какие типы бизнес-процессов выделяют?

Примерные темы докладов

1. Бизнес-модель как инструмент управления: сущность, структура и ключевые компоненты
2. Бизнес-процесс: определение, свойства и классификация

Тема 2. Регулярный менеджмент предприятия СМИ (ОПК 1.1)

Вопросы для устного опроса

1. Что такое регулярный менеджмент? В чём его суть?
2. В каких ситуациях необходимо внедрять регулярный менеджмент?
3. Какие основные принципы лежат в основе регулярного менеджмента?
4. Какие практики относятся к регулярному менеджменту?
5. Какие виды совещаний используются в регулярном менеджменте?

Примерные темы докладов

1. Сущность и ключевые принципы регулярного менеджмента
2. Система обратной связи как инструмент регулярного менеджмента

Тема 3. Бизнес-планирование деятельности субъекта СМИ (ОПК 1.2)

Вопросы для устного опроса

1. Что такое бизнес-план для СМИ и какова его основная цель?
2. Какие виды бизнес-планов используют в медиаиндустрии?
3. Какова типовая структура бизнес-плана СМИ?
4. Что включает раздел «Анализ рынка» в бизнес-плане СМИ?
5. Что отражается в «Плане производства» медиапродукта?

Примерные темы докладов

1. Бизнес-план СМИ: сущность, цели и ключевые задачи
2. Монетизация СМИ: источники доходов и их прогнозирование

Практическое задание

Практическое задание 1. Разработка бизнес-модели для нового медиапроекта

Задача: создайте упрощённую бизнес-модель для онлайн-издания о городской жизни (новости, события, лайфстайл).

Практическое задание 2. Анализ финансового плана существующего СМИ

Задача: на примере любого регионального СМИ (газета, портал, радио) проанализируйте его финансовую модель.

Тема 4. Технология моделирования и описания бизнес-процессов (ОПК 1.2)

Вопросы для устного опроса

1. Что такое бизнес-процесс? Дайте 2–3 определения.
2. Что такое моделирование бизнес-процессов? Каковы его цели?
3. Перечислите 3–4 способа описания бизнес-процессов. Кратко охарактеризуйте каждый
4. Что такое модель AS-IS и модель TO-BE? В чём их различие?
5. Что включает модель бизнес-процесса (какие вопросы она должна отвечать)?

Примерные темы докладов

1. Сущность и значение моделирования бизнес-процессов в современном управлении
2. Методы моделирования бизнес-процессов: сравнительный анализ

Тема 5. Цифровые инструменты моделирования в СМИ (ОПК 1.2)

Вопросы для устного опроса

1. Что понимается под цифровым моделированием в медиаиндустрии?
2. Какие типы моделей чаще всего создают СМИ с помощью цифровых инструментов?

3. Назовите 3–4 цифровых инструмента для моделирования редакционных процессов. Кратко опишите их назначение.
4. Как СМИ используют моделирование для персонализации контента?
5. Как моделирование помогает оптимизировать дистрибуцию контента?

Примерные темы докладов

1. Цифровая трансформация СМИ: ключевые тренды и вызовы
2. Социальные сети как платформа для медиа: новые возможности и риски

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Необходимо составить расчет по конкретной дисциплине. НАПРИМЕР

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,4	40
КТ 2	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2, Тема 4, тема 5

Устный опрос, доклад

КТ – 2.

Тема 3

Устный опрос, доклад, практическое задание

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания устного опроса

Критерий	Описание критерия
Знание материала	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий;
Обоснованность ответа	Обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, приводит аргументы
Освоение литературы	Может привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
Аналитичность и оригинальность	Приводит оценочные суждения, проявляет нестандартный подход, старается найти варианты разных подходов

2. Критерии оценивания докладов

Критерии оценки	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора

3. Критерии оценивания практического задания

Критерий	Описание критерия
Оперативность	Задание выполнено за установленное время или даже раньше
Точность	Обучающимся выполнено все без ошибок и в полном объеме
Аккуратность	Выполнение задания оформлено аккуратно, с необходимыми пояснениями, без помарок, лишнего текста и вставок

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий не требуется.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в устной форме. Обучающийся предоставляет преподавателю ответы в письменном виде, дает устные ответы и комментарии.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к зачету

1. Отрасль национальной экономики СМИ
2. Содержание и значение Закона РФ «О средствах массовой информации»

3. Содержание и наполнение современного рынка СМИ
4. Понятие «модели», основные типы моделирования
5. Содержание терминов «теория», «методология», «метод», «методика»
6. Объект, субъект, среда бизнес-моделирования массмедиа
7. Этапы моделирования предприятия массмедиа
8. Задачи современного менеджмента в СМИ
9. Основные и вспомогательные элементы регулярного менеджмента
10. Инструментальный комплекс при моделировании деятельности предприятия СМИ
11. Понятие и содержание бизнес-плана
12. Модели стратегии предприятия
13. Функционал главного редактора, шеф-редактора и выпускающего редактора
14. Понятие временного трудового коллектива
15. Интернет-версия СМИ: формы, содержание, обновление
16. Последовательность действий при запуске нового СМИ
17. Типы коммуникаций с аудиторией СМИ
18. Содержание редакционной политики
19. Формат СМИ
20. «Пилот» нового СМИ: цели, задачи, основные характеристики
21. Понятие и структура бизнес-плана
22. Виды бизнес-планов
23. Программные инструменты при создании бизнес-планов
24. Формы договоров с сотрудником издательства
25. Порядок регистрации предприятия
26. Система оплаты труда в организации массмедиа
27. Процедуры рабочей среды проекта
28. Технология создания прайс-листа медиапроекта
29. Понятие баланса предприятия
30. Формирование плана продаж
31. Построение сети бизнес-процессов
32. Сущность и содержание модели IBL
33. Восьми процессная модель компании BKG Profit Technology
34. Моделирования бизнес-процессов SADT
35. Моделирования бизнес-процессов ARIS
36. Моделирования бизнес-процессов BPM

Типовые оценочные материалы

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИЙ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа	Что такое бизнес-модель? а) Детальный финансовый план компании на 5 лет. б) Описание способа создания, доставки и захвата ценности в бизнесе. в) Юридический документ, регистрирующий предприятие. г) Список сотрудников и их должностных обязанностей.
		Что является главной целью регулярного менеджмента в СМИ? а) Максимальное увеличение тиража любой ценой. б) Стабильное и предсказуемое

		<p>функционирование всех процессов при сохранении качества контента.</p> <p>в) Полная автоматизация редакционной работы.</p> <p>г) Сокращение штата для снижения издержек.</p>	
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>Сопоставьте управленческую функцию с её ключевым инструментом/методом реализации в медиаредакции</p>	
		<p>1. Планирование редакционной работы.</p> <p>2. Контроль качества контента.</p> <p>3. Управление загрузкой персонала.</p> <p>4. Мониторинг эффективности публикаций.</p> <p>5. Координация межотдельческих процессов.</p> <p>6. Соблюдение юридических и этических норм.</p> <p>7. Оптимизация операционных затрат.</p> <p>Поддержание корпоративной культуры.</p>	<p>а) Редакционный календарь (план-график выпусков).</p> <p>б) Рецензионная система, чек-листы редактуры.</p> <p>в) Система учёта рабочего времени и задач (Trello, Asana).</p> <p>г) Аналитические панели (Google Analytics, Яндекс Метрика, медиастатистика).</p> <p>д) Регулярные планёрки и кросс-функциональные встречи.</p> <p>е) Редакционный кодекс, юридические консультации, фактчекинг.</p> <p>ж) Бюджетирование, анализ себестоимости публикаций.</p> <p>з) Корпоративные мероприятия, внутренние коммуникации, система мотивации.</p>
		<p>Сопоставьте раздел бизнес-плана с его основным содержанием/назначением.</p>	
		<p>1. Резюме.</p> <p>2. Описание отрасли и компании.</p> <p>3. Анализ рынка и конкурентов.</p> <p>4. Маркетинговый план.</p> <p>5. Производственный план.</p> <p>6. Организационный план.</p> <p>7. Финансовый план.</p>	<p>а) Прогноз доходов и расходов, точка безубыточности, источники финансирования, ожидаемая рентабельность.</p> <p>б) Краткая суть проекта, цели, ключевые показатели</p>

		8. Оценка рисков.	<p>эффективности (KPI), объём требуемых инвестиций — «визитная карточка» для инвесторов.</p> <p>в) Целевая аудитория, каналы дистрибуции контента, стратегия продвижения, ценообразование на рекламу/подписки.</p> <p>г) Правовая форма, структура управления, команда, роли и компетенции ключевых сотрудников.</p> <p>д) Объём рынка СМИ, тренды, основные игроки, их доли и слабые стороны, конкурентные преимущества проекта.</p> <p>е) Технологии производства контента (редакция, верстка, публикация), оборудование, лицензионные соглашения, логистические цепочки.</p> <p>ж) Характеристика медиарынка, миссия и видение компании, этапы развития.</p> <p>з) Возможные угрозы (изменение законодательства, падение рекламных доходов, технологические риски), меры по их минимизации.</p>
Задание	1. Внимательно прочитать	Какие из перечисленных задач решаются в	процессе бизнес-планирования для субъекта

<p>закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>СМИ? Отметьте все корректные варианты. а) Определение целевых рынков и места издания на этих рынках. б) Разработка редакционной политики и списка тематических рубрик. в) Оценка финансовых перспектив проекта (доходы, расходы, рентабельность). г) Формулирование краткосрочных и долгосрочных целей организации. д) Составление детального сценария для каждого новостного выпуска. е) Анализ текущего состояния медиарынка и конкурентной среды. ж) Разработка дизайна логотипа и фирменного стиля издания.</p> <hr/> <p>Какие из перечисленных целей достигаются посредством моделирования бизнес-процессов? Отметьте все корректные варианты. а) Визуализация текущей последовательности действий и ролей в процессе. б) Полное устранение всех возможных рисков в деятельности организации. в) Выявление избыточных или дублирующих операций для последующей оптимизации. г) Формирование чёткой базы для автоматизации процессов (например, настройки CRM/ERP-систем). д) Замена стратегического планирования оперативным управлением. е) Стандартизация работы и создание единых правил выполнения операций для разных исполнителей.</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной</p>	<p>Расположите этапы в правильной хронологической последовательности — от инициации проекта по моделированию до закрепления улучшений. 1. Мониторинг и корректировка: отслеживание KPI нового процесса, выявление отклонений, внесение уточнений. 2. Определение границ и целей моделирования: что именно будем анализировать, какие результаты ожидаем, кто заказчик и потребитель. 3. Документирование оптимизированного процесса: разработка регламентов, инструкций, матриц ответственности (RACI), обновление внутренних стандартов. 4. Построение модели «как есть» (AS-IS): визуализация текущего процесса в выбранной нотации (BPMN, IDEF0, EPC и т. п.).</p>

	<p>последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>5. Внедрение изменений: обучение сотрудников, настройка ИТ-систем (CRM, ERP), запуск процесса в новой версии.</p> <p>6. Анализ модели AS-IS: поиск «узких мест», потерь, дублирующих операций, несоответствий.</p> <p>7. Разработка модели «как должно быть» (TO-BE): проектирование оптимизированного процесса с устранением выявленных проблем.</p> <p>8. Согласование и утверждение TO-BE: получение одобрения от владельцев процессов, руководства, ИТ-подразделения и исполнителей</p> <hr/> <p>Расположите этапы работы по моделированию и настройке редакционного процесса в СМИ с использованием цифровых инструментов в правильной последовательности — от инициации до мониторинга.</p> <p>1. Выбор цифрового инструмента (Trello, ClickUp, Asana и т. п.) с учётом потребностей редакции, интеграции с CMS и бюджета.</p> <p>2. Определение ключевых этапов редакционного цикла (например: «Идея», «Черновик», «Редактирование», «Вёрстка», «Публикация»).</p> <p>3. Настройка инструмента: создание досок, колонок, шаблонов задач, ролей и прав доступа.</p> <p>4. Обучение команды работе с инструментом: проведение вебинара/очного тренинга, подготовка краткой инструкции.</p> <p>5. Тестовая эксплуатация: запуск инструмента на 1–2 выпусках, сбор обратной связи от редакторов и авторов.</p> <p>6. Финализация настроек: корректировка этапов, полей задач и уведомлений на основе тестового периода.</p> <p>7. Полномасштабное внедрение: перевод всего редакционного процесса в цифровой инструмент.</p> <p>Мониторинг и оптимизация: отслеживание KPI (сроки выполнения задач, число просрочек), внесение правок в процесс.</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p>	<p>Вам нужно организовать еженедельное планирование контента для новостного портала. Требуется инструмент, который позволит:</p> <p>составлять и визуализировать контент-план на неделю;</p> <p>распределять темы между журналистами с указанием сроков;</p> <p>отслеживать статус материалов («в</p>

выбора	<p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>работе», «на проверке», «опубликовано»); интегрировать ссылки на черновики в CMS.</p> <p>Выберите один наиболее подходящий инструмент из списка</p> <p>а) Google Документы;</p> <p>б) Trello;</p> <p>в) Telegram-группа редакции;</p> <p>г) Microsoft Power Point.</p> <p>Вы разрабатываете бизнес-модель для сервиса доставки здоровых перекусов в офисы. Какой набор элементов в блоке «Потоки доходов» будет наиболее реалистичным и устойчивым для такого бизнеса? Выберите один вариант</p> <p>а) Единоразовая продажа набора перекусов через сайт.</p> <p>б) Подписка на еженедельную доставку наборов с скидкой при долгосрочном оформлении.</p> <p>в) Доход только от рекламы производителей ЗОЖ-продуктов на сайте.</p> <p>г) Платная консультация по питанию + продажа отдельных продуктов без доставки</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Опишите, в чём ключевое отличие между бизнес-моделью и бизнес-планом.</p> <p>Перечислите 4–5 ключевых ресурсов, необходимых для работы онлайн-магазина одежды. Для каждого ресурса укажите, почему он критичен для бизнеса</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<p><i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i></p>	<p>40</p>

<p><i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i></p>	<p>30-39</p>
<p><i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i></p>	<p>20-29</p>
<p><i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i></p>	<p>0-19</p>

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий не требуется.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Доклад. Представляет собой развернутое сообщение, которое раскрывает важную научную или общественно-политическую проблему, на определенную тему. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада и, по возможности, подготовить по нему презентацию. Выступление обязательно должно быть короткими (не более 5 минут), содержать конкретную, фактическую информацию, иметь наглядные примеры и исчерпывающе раскрывать одну небольшую тему.

Структура доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы.

Практическое задание

Выполнение задания обучающийся должен начать с ознакомления с планом задания, который отражает содержание предложенной темы задания. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. Задание необходимо выполнить с учетом предложенной методики выполнения (инструкции). Результат работы должен проявиться в способности защитить результат задания, свободно отвечая на вопросы в ходе коллективного обсуждения на занятии.

Форма контроля – личная защита презентации (программа Power Point). Содержание слайдов включает текст, изображения, в том числе Print Screen, фото, диаграммы, таблицы и др.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Бояркин Г.Н. Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие / Бояркин Г.Н., Кравченко К.В. — Омск: Омский государственный технический университет, 2020. — 94 с. — ISBN 978-5-8149-3034-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115430.html> (дата обращения: 22.11.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Голубева О.А. Методология моделирования систем: учебное пособие / Голубева О.А., Димитров В.П., Мирный В.И. — Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2020. — 59 с. — ISBN 978-5-7890-1824-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118056.html> (дата обращения: 22.11.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Иваницкий Л.В. Основы бизнес-моделирования СМИ: учеб. пособие для академического бакалавриата, - 3-е издание, испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2020, - 239 с.

4. Сунгатуллина А.Т. Системный анализ и функциональное моделирование бизнес-процессов на основе структурного подхода: учебно-методическое пособие по дисциплине «Моделирование бизнес-процессов» / Сунгатуллина А.Т., Базанова А.А. — Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 115 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115891.html> (дата обращения: 22.11.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.2. Дополнительная литература

1. Амиров В.М. Экономика и менеджмент СМИ: конспект лекций. Екатеринбург, 2009.

2. Бизнес-моделирование для малого бизнеса: учебное пособие / Д. Г. Шишкин, А. Ф. Палкин, М. В. Гагарина [и др.]; под редакцией Д. Г. Шишкина. — Пермь: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 2015. — 212 с. — ISBN 978-5-398-01462-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR

SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108898.html> (дата обращения: 13.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Силич В.А. Моделирование и анализ бизнес-процессов: учебное пособие / Силич В.А., Силич М.П. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2011. — 212 с. — ISBN 978-5-86889-511-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/13890.html> (дата обращения: 22.11.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Моделирование бизнес-процессов / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др.; – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 179 с.

5. Основы медиабизнеса: Учеб. пособие / Под ред. проф. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс. 2009.

6. Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / Е.Л. Вартанова [и др.].. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8837.html> (дата обращения: 22.11.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике: теория, практика, опыт. - Екатеринбург: Издательства Уральского университета., 2000 - 194 с.

8. Практика и проблематика моделирования бизнес-процессов: учебное пособие / Е. И. Всяких, А. Г. Зуева, Б. В. Носков [и др.] ; под редакцией И. А. Треско. — 2-е изд. — Москва: ДМК Пресс, 2018. — 246 с. — ISBN 978-5-93700-038-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89598.html> (дата обращения: 15.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Шкурко, В. Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: учебное пособие / В. Е. Шкурко, И. Ю. Никитина; под редакцией А. В. Гребенкин. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 172 с. — ISBN 978-5-7996-1803-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/65916.html> (дата обращения: 12.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

8.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

Англоязычные ресурсы

– *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;

– *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

8.5. *Иные источники* не используются

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).