

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 02.12.2024 23:17:07
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Телерадиожурналистика

(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ»

(код и наименование РПД)

42.03.02 «Журналистика»

(код и наименование направления подготовки)

очная

(форма обучения)

Год набора – 2024

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор–составитель:

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления информационными процессами Факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС, Савченко Г.А.

Заведующий кафедрой

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций, профессор Ким М.Н.

РПД «Экономика и менеджмент в СМИ» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 21 апреля 2023 г. № 4.

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. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 7.4. Интернет-ресурсы
 - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.3	Способность к определению проблемы, к постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями)
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.4	Способен определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	УК ОС-9.3	Способен делать прогнозы и применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах	УК ОС-9.4	Способность использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов/

	деятельности		
--	--------------	--	--

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК ОС-2.3	<p>на уровне знаний: демонстрировать знание рисков и ограничений реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов.</p> <p>на уровне умений: демонстрировать умение определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов.</p> <p>на уровне навыков: демонстрировать навык оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.</p>
	УК ОС-2.4	<p>на уровне знаний: демонстрировать знание рисков и ограничений реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов.</p> <p>на уровне умений: демонстрировать умение определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов.</p> <p>на уровне навыков: демонстрировать навык оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.</p>
	УК ОС-9.3	<p>на уровне знаний: демонстрировать знание экономических методов повышения эффективности деятельности СМИ.</p> <p>на уровне умений: демонстрировать умение прогнозировать и применять экономические методы относительно</p>

		дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ.
		на уровне навыков: демонстрировать навык применять экономические методы в управлении и повышении эффективности деятельности СМИ.
	УК ОС-9.4	на уровне знаний: демонстрировать знание экономических методов повышения эффективности деятельности СМИ и оценки СМИ.
		на уровне умений: демонстрировать умение прогнозировать и применять экономические методы относительно оценки эффективности деятельности СМИ.
		на уровне навыков: демонстрировать навык применять экономические методы в управлении и оценке СМИ.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 32 часа: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 40 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» предусмотрена на 3 курсе, в 6 семестре и входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОП ВО.

Дисциплины Б1.О.12 Экономика (3 семестр) и Б1.О.35 История экономических учений (1 семестр) выступает основой для изучения Б1.О.13 Экономика и менеджмент в СМИ.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачёт (6 семестр).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: lms.ganepa.ru. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование	тем	Все	Объем дисциплины (модуля),	Форма текущего
-------	--------------	-----	-----	----------------------------	----------------

	(разделов)	го	час.				СР	контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ	9	2		2		5	О,Т
Тема 2	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	9	2		2		5	О,Т,З
Тема 3	Организационная структура редакции и ее эффективность	9	2		2		5	О,Т,З
Тема 4	Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.	9	2		2		5	О,Т,З
Тема 5	Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.	9	2		2		5	О,Т,З
Тема 6	Менеджмент в редакции.	9	2		2		5	О,Т,З
Тема 7	Элементы логистики в работе СМИ.	9	2		2		5	О,Т,З
Тема 8	Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.	9	2		2		5	О,Т,З
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72	16		16		40	

Форма текущего контроля успеваемости – О (опрос), Т (тестирование), З (задание).

Содержание дисциплины

Тема 1. Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.

Понятие экономики, менеджмента, маркетинга в средствах массовой информации.

Командно-административная (плановая) и рыночная экономика, командная и обслуживающие модели СМИ. Экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка масс-медиа. Редакция СМИ как предприятие (компания). Формы предприятий, их регистрация и ликвидация. Диверсификация на рынке СМИ. Слияния компаний.

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия.

Планирование как часть управления бизнесом. Бизнес-план редакции, его свойства и типология. Виды бизнес-планов. Структура бизнес-плана.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

Организация и признаки ее эффективности. Организационная структура редакции, иерархия управления и штатное расписание. Роль главного редактора, коммерческого директора и главного бухгалтера в регулярном менеджменте. Центры финансовой ответственности.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.

Анализ рынка. Продукция СМИ как товар и изучение ее потребителей. Целевой рынок, его поиск и оценка. Конкуренция. Конкурентная ситуация на рынке СМИ России и Западной Европы.

Понятие медийной стратегической предпринимательской единицы. Стратегия маркетинга в редакции. План продаж. Стратегия товарных линий. Особенности маркетинга электронных СМИ.

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

Понятие цены. Проблема и методы ценообразования. Ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Методы стимулирования продаж. Маркетинговый и рекламный бюджеты. Влияние монопольных структур (полиграфия, почта, система распространения) на цены изданий. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

Тема 6. Менеджмент в редакции.

Понятие менеджмента в СМИ, его функции. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации. Научные основы теории управления. Работа с персоналом и регулярный менеджмент. Человеческий фактор. Задачи управления и разделение управленческого труда. Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, оценка и развитие). Самомаркетинг журналиста.

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

Логистика как алгоритм организации производственного процесса. Непрерывность процесса. Построение единого алгоритма работы редакции как компании. Внутренние нормы, должностные инструкции, разделение функций. Производственные совещания (планерки) как инструмент текущего управления. Планирование рабочего дня.

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

Стратегическое планирование, оценка риска, сценарии долгосрочного развития. Элементы антикризисного управления, профилактика кризисов и стратегия выхода из них. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.). Нормы профессиональной и корпоративной этики. Взаимоотношения внутри предприятия. Стиль руководства.

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

В ходе реализации дисциплины Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ	опрос, задание
Тема 2	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	опрос, задание тестирование
Тема 3	Организационная структура редакции и ее эффективность	опрос, задание тестирование
Тема 4	Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.	опрос, задание тестирование
Тема 5	Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.	опрос, задание тестирование
Тема 6	Менеджмент в редакции.	опрос, задание тестирование
Тема 7	Элементы логистики в работе СМИ.	опрос, задание тестирование
Тема 8	Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.	опрос, задание тестирование

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам (дискуссиям),
- участие в обсуждении докладов.
- выполнение задания,
- правильные ответы на вопросы тестирования.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, выполнение домашних заданий, тестирование.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы для подготовки к опросам:

Тема 1. Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.

1. Раскройте сущность и содержание понятий: экономика, менеджмент, маркетинг в средствах массовой информации.
2. Выделите особенности командно-административной (плановой) и рыночной экономики, командной и обслуживающей модели СМИ.
3. Каковы экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка и развития масс-медиа?
4. Представьте развернутую характеристику редакции СМИ как предприятия (организации).
5. Выделите формы предприятий, особенности их регистрации и ликвидации.
6. Какова роль диверсификации на рынке СМИ?

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия.

1. Раскройте сущность, свойства и типологические основания бизнес-плана редакции.
2. Охарактеризуйте структуру бизнес-плана.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

1. В чем сущность понятия организация, каковы виды организации и признаки ее эффективности?
2. Раскройте организационную структура редакции, выделите принципы и элементы.

3. Какова роль главного редактора, коммерческого директора и главного бухгалтера в регулярном менеджменте?

4. Охарактеризуйте центры финансовой ответственности.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.

1. Каковы основные методы анализа рынка?

2. В чем особенности продукции СМИ как товара, каковы методы изучения ее потребителей?

3. Раскройте сущность и содержание целевого рынка, методы его поиска и оценки.

4. В чем сущность и принципы разработки стратегии маркетинга в редакции?

5. Каким образом формируется план продаж?

6. В чем заключаются особенности маркетинга электронных СМИ?

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

1. Назовите основные проблемы и методы ценообразования.

2. Каким образом формируется ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек)?

3. Каковы основные методы стимулирования продаж?

4. Какие основные принципы и этапы формирования маркетингового и рекламного бюджетов?

5. Каково влияние монопольных структур (полиграфия, почта, система распространения) на цены изданий?

Тема 6. Менеджмент в редакции.

1. Раскройте содержание менеджмента в СМИ, его функции.

2. Перечислите основные школы и подходы теории управления.

3. В чем состоит работа с персоналом в системе менеджмента?

4. Каковы основные подходы и этапы в формировании кадровой стратегии редакции?

5. В чем заключается смысл саморекламы журналиста?

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

1. Раскройте сущность логистики как алгоритма организации производственного процесса.

2. В чем сущность непрерывности данного процесса?

3. Каковы принципы построения единого алгоритма работы редакции как компании?

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

1. Раскройте содержание следующих понятий: стратегическое планирование, оценка риска, сценарии долгосрочного развития.

2. Каковы элементы антикризисного управления, профилактика кризисов и стратегия выхода из них?

3. Раскройте содержание системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.)?

4. Какова роль норм профессиональной и корпоративной этики?

5. В чем сущность внутренних коммуникаций в контексте организационной эффективности?

6. Какова роль стиля руководства в организации деятельности компании?

Примеры типовых заданий:

Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия.

Задание 1. На основе описания определите факторы, влияющие на финансовую устойчивость СМИ.

Задание 2. На основе анализа ситуации выделите ошибки в разработке бизнес-плана.

Задание 3. На основе исходных данных разработайте бизнес-план.

Тема 3. Организационная структура редакции и ее эффективность.

Задание 1. На основе анализа описания организации определите тип и начертите схему данной структуры. На сколько эффективно действует эта система? Ответ обоснуйте. Перечислите достоинства и недостатки этой организационной структуры.

Тема 4. Маркетинг СМИ. Анализ рынка. Стратегия.

Задание 1. На основе анализа ситуации представьте характеристики целевого рынка СМИ.

Задание 2. Разработайте на основе исходных данных план маркетинговых коммуникации.

Тема 5. Поиск оптимальной финансовой модели: ценообразование.

Задание 1. На основе анализа ситуации определите точку безубыточности.

Тема 6. Менеджмент в редакции.

Задание 1. На основе анализа ситуации выделите поле проблем, оцените принятые управленческие решения с точки зрения «затраты-результаты».

Тема 7. Элементы логистики в работе СМИ.

Задание 1. На основе анализа ситуации определите проблемы в логистике деятельности СМИ. Сформируйте проектные предложения по оптимизации данного процесса.

Тема 8. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления.

Задание 1. На основе исходных данных разработайте предложения по стратегии развития СМИ.

Примерные варианты тестовых заданий по дисциплине

1. Экономика СМИ - это:

- 1) наука о выпуске печатных СМИ;
- 2) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
- 3) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность СМИ.

2. Учредитель СМИ— это:

- 1) физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
- 2) учреждение, спонсирующее СМИ;
- 3) управляющий в редакции СМИ.

3. Принцип маркетинга:

- 1) сегментация;

- 2) реализация;
- 3) актуальность;
- 4) редактирование;
- 5) доступность;
- 6) модернизация;
- 7) монополизация.

4. Цели редакционно-издательского маркетинга:

- 1) *удовлетворение информационных потребностей аудитории издания;*
- 2) реализация законодательно установленных требований;
- 3) *обеспечение устойчивости и продвижение на рынке;*
- 4) повышение уровня сплоченности коллектива.

5. К задачам финансового менеджмента не относятся:

- 1) финансовое и бизнес-планирование;
- 2) инвестиционное планирование;
- 3) *мотивирующее руководство;*
- 4) разработка учетных политик бухгалтерского, налогового и управленческого учета;
- 5) координация бюджетного планирования и контроля;
- 6) управление денежными средствами и оборотным капиталом;
- 7) управление финансовыми рисками;
- 8) *управление персоналом;*
- 9) управление затратами и прибылью;
- 10) обеспечение финансовыми ресурсами;
- 11) финансовое прогнозирование;
- 12) *оценка сотрудников;*
- 13) налоговое планирование и учет;
- 14) контроллинг.

6. Линия поведения организации, выбранная для достижения желаемого результата в долгосрочной перспективе — это:

- 1) Организация
- 2) *Стратегия*
- 3) Тактика
- 4) Практика управления

7. Деятельность, выполняемая на постоянной основе и связанная с преобразованием ресурсов на входе в некоторый результат (выход), имеющий ценность для потребителя называется:

- 1) Стратегией
- 2) *Бизнес-процессом*
- 3) Проектом
- 4) Планом

1. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам, заданию.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
<p>УК ОС-2.3 Способность к определению проблемы, к постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями)</p>	<p>Использует знания в области журналистики и средств массовой информации и коммуникации при решении профессиональных задач. Владеет знаниями принципов и особенностей организации СМИ и демонстрирует способности их применения при разработке и реализации медиапродуктов.</p>	<p>Обоснованно использует концепты, методы и технологии журналистской деятельности, теории массовой информации и коммуникации, применяет навыки проектной деятельности для решения профессиональных задач. Полно характеризует и раскрывает существенные характеристики системы СМИ, четко выделяет классификационные признаки СМИ, релевантно использует методы и методики типологического анализа СМИ, адекватно применяет навыки проектной деятельности для решения профессиональных задач.</p>
<p>УК ОС-2.4 Способен определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.</p>	<p>Определяет оптимальное количество необходимых для разработки медиапродукта и реализации медиапроекта ресурсов. Определяет существующие ограничения для реализации проекта. Осуществляет оценку по количественным показателям ресурсов. Количество выбранных оптимальных способов решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта, исходя из существующих ограничений. Умение делегировать, определять круг</p>	<p>Определено оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов. Определены все возможные ограничения, существующие в рамках реализации проекта. Оформлено ресурсное обеспечение проекта, риски и существующие ограничения. Нахождение определенного количества оптимальных способов решения задач, определенных в рамках поставленной цели проекта с учетом возможных рисков и ограничений Прогнозы о развитии событий, исходя из использованных способов для решения задач,</p>

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
	исполнителей для достижения цели проекта.	определенных в рамках поставленной цели проекта
УК ОС-9.3. Способен делать прогнозы и применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ	Оценивает возможное изменение макроэкономических показателей.	Делает количественные и качественные выводы относительно изменения экономических показателей деятельности СМИ.
УК ОС-9.4. Способен оценивать эффективность функционирования СМИ.	Определяет инструменты экономического регулирования, направления их изменений, необходимые для корректировки деятельности СМИ.	Способность использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
3. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
4. Основания и оборотные фонды предприятия – редакции СМИ.
5. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
6. Бизнес-план редакции, его свойства и типология.
7. Организационная структура редакции и штатное расписание.
8. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
9. Бизнес-план редакции, его структура.
10. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга.
11. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
12. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
13. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
14. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
15. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
16. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
17. Методы стимулирования продаж – маркетинговые коммуникации.
18. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
19. Затратный и иные методы ценообразования.

20. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
21. Маркетинговый и рекламный бюджет. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
22. План производства и реализации. График производства, объем товарной продукции, реализация, производственные мощности.
23. Понятие издержек и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
24. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
25. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.
26. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
27. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
28. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
29. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
30. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
31. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
32. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
33. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
34. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами.
35. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
36. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система России, виды налогов и внебюджетные фонды.
37. Финансовый план и прогноз. Бюджет предприятия.
38. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
39. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
40. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
41. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
42. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.
43. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
44. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
45. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
46. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в России.
47. Финансовая устойчивость как реальная основа свободы печати.
48. Рынок бумаги и типографских услуг в России.
49. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
50. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
51. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства. Точка безубыточности и критический объем производства.
52. Составляющие комплекса маркетинга.
53. Характеристика рыночной экономической системы, ее отличия от командно-административной экономики.
54. Рекламно-коммерческие и творческие подразделения, их роль в успехе изданий и программ.

На зачете студенту предлагается ответить на два вопроса билета. Один из вопросов содержит практическое задание.

Примеры практических заданий:

1. Опишите внешнюю и внутреннюю среду СМИ.
2. Охарактеризуйте организационную структуру описанной организации.
3. Оцените риски и возможности позиционирования СМИ на рынке.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

Таблица 6

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»

Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 1 балл Неполный или неверный ответ – 0 баллов
Тестирование	Процент правильных ответов на вопросы теста.	0–33% – 1 балл; 34–66% – 2 балла; 67–100% – 3 балла. В сумме за 9 тестов максимальное количество баллов – 27.
Практические задания	Процент правильно решенных задач.	0–25% – 1 балл; 26–50% – 2 балла; 51–66% – 3 балла; 67–84% – 4 балла; 85–100% – 5 баллов. В сумме за 5 блоков задач максимальное количество баллов – 25.
Зачет	Проводится по билетам.	Ответы на вопросы (в сумме – до 7 баллов за каждый вопрос). По каждому вопросу начисляются:

	Каждый билет содержит 2 вопроса и логическую задачу.	1–3 баллов – за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций и обязательной литературы; 4–6 баллов – за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы; 7 баллов – за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы, и содержащий элементы самостоятельного анализа. Решение задачи – до 7 баллов: 0 баллов – за полностью неправильное решение. 1–5 баллов – за правильное применение законов и правил логики, но ошибочный результат. 6–7 баллов – за правильное применение законов и правил логики и верный результат.
--	--	--

Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам билета. На подготовку к ответу дается 45 минут. На зачете предусмотрено выполнение практического задания в качестве практической части билета. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося.

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение домашних контрольных заданий, подготовка реферата, по одной из тем курса, подготовка доклада в форме устного сообщения по теме реферата, подготовку к опросам по темам дисциплины.

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Раскройте характеристики редакции СМИ как предприятия. Назовите виды предприятий, особенности их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Выделите внутренние и внешние источники финансирования редакций.
3. Определите принципы формирования организационной структуры редакции и штатного расписания.
4. Определит е роль инновации, их виды и роль в развитии редакции.
5. Перечислите основные функции финансового менеджмента.
6. Назовите представителей научной школы управления.
7. Приведите примеры действия положительных и отрицательных обратных связей в деятельности СМИ.
8. Какие типы организационных структур вы знаете?
9. Опишите основные методы развития человеческих ресурсов.
10. Назовите основные этапы управления изменениями в деятельности СМИ.

Методические рекомендации по освоению лекционных занятий

Лекция является для обучающегося важной формой теоретического освоения конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают

информацию по дисциплине, помогающую студенту сориентироваться в массе информации для самостоятельного более глубокого освоения темы.

Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения дисциплины. Умение студента сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения является непременным условием их глубокого и прочного усвоения общекультурных и профессиональных компетенций, на которые нацелена дисциплина.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Это должно быть сделано самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: "важно", "особенно важно", "хорошо запомнить" и т.п. или подчеркивать красной ручкой. Целесообразно разработать собственную символику, сокращения слов, что позволит сконцентрировать внимание студента на важных сведениях.

Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, смартфон и т.п.).

Для удобства восприятия теоретического материала каждая лекция сопровождается электронной презентацией.

Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. Именно такая серьезная работа на лекциях и с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями и сформировать профессиональные компетенции.

При проработке лекционного материала следует иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые положения и идеи дисциплины, комплексное формирование необходимых компетенций происходит в ходе практических занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям по дисциплине

Для успешного усвоения дисциплины обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом семинарского занятия.
2. Изучить соответствующие вопросы в конспекте лекций и раздаточном материале.
3. Подготовиться к обсуждению вопросов для дискуссии.
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время (подготовка рефератов, докладов и др.).

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. На семинарских занятиях по дисциплине могут использоваться следующие формы работы обучающихся:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме семинарского занятия;
- выполнение практических заданий в подгруппах
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивания и обсуждение докладов;
- выполнение тестовых заданий.

Методические указания по подготовке к тестированию

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «, по первым словам,».

Методические указания по подготовке к опросу

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия – это публичный диалог, в процессе которого сталкиваются, как правило, противоположные точки зрения. Дискуссия имеет две основные цели: информационную цель: выявить суть спорного вопроса, четко обозначить все точки зрения; цель воздействия, убеждения: с помощью приведенных аргументов и доказательств убедить соперника в правоте своих взглядов.

При подготовке по теме надо рассмотреть позиции «за» и «против». Каждая позиция должна содержать:

- 1) определение темы, объяснение ключевых понятий темы;
- 2) формулировку основного тезиса, с точки зрения которого будет доказываться та или иная позиция;
- 3) аргументы и доказательства (с опорой на тексты художественной, критической, научной и публицистической литературы).

Успех в дискуссии в значительной степени зависит от аргументов, которые приводятся в поддержку выдвинутого тезиса.

Для ведения продуктивной дискуссии стороны должны уметь задавать информативные и корректные вопросы друг другу.

Прежде чем выступать, надо четко определить свою позицию. Проверить, правильно ли понята суть проблемы. Внимание к выступлению оппонента. Лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты. Лучшим способом убедить противника является четкая аргументация и безупречная логика. Нельзя искажать мысли и слова своих оппонентов.

Методические указания по подготовке задания

Задания по дисциплине представляют практические задания, которые выполняются студентом самостоятельно и представляются преподавателю в письменном или устном виде. При выполнении задания необходимо повторить материал лекционных и практических занятий, использовать материалы учебной литературы и ресурсы информационно-коммуникативной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеорекамеры. Видеорекамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Бессонов С.И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бессонов С.И.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 124 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html> .— ЭБС «IPRbooks»

2. Дубина И.Н. Основы теории игр и ее приложения в экономике и менеджменте [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дубина И.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 260 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76239.html> .— ЭБС «IPRbooks»

3. Экономическая теория 4-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата / Отв. ред. Лобачева Е.Н. - М.: Юрайт. 2015. – Режим доступа:

http://www.biblio-online.ru/thematic/?68&id=urait.content.0B25E76F-6E67-404B-9F89-CE9C05C2D8F0&type=c_pub. – ЭБС «Юрайт».

4. Душенькина Е.А. Экономическая теория. Учебное пособие. - Саратов: Научная книга, 2012. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6268.html>. – ЭБС «IPRbooks».

5. Николаева И.П. Экономическая теория. Учебник. - М., Дашков и К, 2015. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14127.html>. – ЭБС «IPRbooks».

7.2. Дополнительная литература

1. Авдеева О.А. Рынок СМИ в России и зарубежных странах: сравнительный анализ: монография [Электронный ресурс]: монография — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2010.- 180 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/12837>.

2. Алешин, А.В. Управление проектами: фундаментальный курс. [Электронный ресурс] / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. — 624 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/66093> — Загл. с экрана.

3. Балашов А.И., Имамов Т.Д., Купрещенко Н.П., Тertyшный С.А. Экономическая теория. - М., ЮНИТИ-ДАНА. 2014. // <http://www.iprbookshop.ru/21012.html>

4. Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Иваницкий В.Л., Макеенко М.И., Назайкин А.Н., Полуэхтова И.А Основы медиабизнеса. - М., Аспект Пресс. 2014// <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>

5. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. Учеб. пособие. Гриф УМО. М.,Аспект-Пресс, 2015.

6. О'Коннор Дж., Мак-Дермотт Ян. Искусство системного мышления. Творческий подход к решению проблем и его основные стратегии. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 256 с.

7. Теория и практика принятия управленческих решений. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Бусов В.И., Лябах Н.Н., Саткалиева Т.С., Таспенова Г.А. – М: Юрайт, 2015. – 279 с.

8. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/93373>.

9. Шевчук, Д.А. Экономическая журналистика: учеб.-практ. пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ГроссМедиа, 2008. — 568 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/8898>.

10. Bennett, E.A. Self and Self-Management. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2013. – 103 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/41991>.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются.

7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Проект «экономико-статистические материалы». Режим доступа:

<http://gov.stat>

2. Универсальная информационная система «Россия». Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp> -

3. Электронный ресурс «Динамика экономического и социального развития России». Режим доступа: <http://hist.msu.ru/Dynamics> -

4. Сообщество менеджеров. - Режим доступа: www.executive.ru

5. Сайт консалтинговой компании И. Адизеса. Режим доступа: www.adizes.com

6. Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления». - Режим доступа: [www:// utpr.ru /](http://www.utpr.ru)

7. Официальный сайт Президента РФ. - Режим доступа: www.kremlin.ru

8. Официальный сайт Председателя Правительства России - Режим доступа: www.premier.ru

7.5. *Иные источники*

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607; Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная

библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

Таблица 9

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.